



Do jornal ao livro – estudo comparado sobre edição jornalística e literária¹

Renata COSTA²

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Editar significa trazer à luz, publicar e implica em uma série de escolhas. Alguns processos do trabalho de edição de textos literários e jornalísticos são os mesmos. A escolha do que será publicado, os critérios dessa seleção e a acuidade com o texto são algumas das aproximações entre o trabalho do editor de livros e do editor em jornalismo. No contexto da produção industrial, o tempo é um dos principais diferenciadores.

Palavras-chave: editor; edição; jornalista; produção editorial; livro.

Jornalismo e literatura caminham lado a lado e não raras vezes dividem o mesmo espaço. Autores de folhetins como Alexandre Dumas e Eugène Sue fizeram fama no século XIX na França, publicando textos literários em periódicos. No Brasil, José de Alencar fazia o mesmo. A aproximação de ambos os campos aconteceu em outras diversas oportunidades, sendo o jornalismo literário o resultado mais marcante. Dentro desta escola, o Novo Jornalismo foi a corrente de maior destaque.

Nos Estados Unidos, entre as décadas de 1940 e 1960, todo jornalista queria alcançar o status de “romancista”, pois o romance era então considerado arte maior, e os escritores, grandes personalidades do mundo intelectual. “Hoje em dia é difícil explicar o que a idéia de escrever um romance significava nos anos 40, 50 e até no começo dos 60. O Romance não era uma mera forma literária. Era um fenômeno psicológico. Era uma febre cortical.”. (WOLFE, 2005, p. 16)

Atualmente, com a facilidade de se publicar um livro – seja o escritor pagando do próprio bolso a produção e impressão, seja graças ao crescimento de novas editoras de pequeno porte – não é tão difícil se tornar um escritor de literatura. Por outro lado, o

¹ Trabalho apresentado no NP Produção Editorial do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação da ECA-USP, área Estudo dos Meios e da Produção Mediática, email: renatacosta@usp.br.



crescimento da área de produção de livros tem sido uma opção para a realização profissional do jornalista. Cada vez mais jornalistas têm deixado as redações para trabalhar como editores de livros. Levam para a atividade a experiência de lidar com o texto. Um belo exemplo de jornalista-editor de livros é, sem dúvida alguma, Monteiro Lobato. Que, como se sabe, juntou a essas atividades sua brilhante carreira como escritor literário.

A cada crise econômica, com consequências para a indústria jornalística, há uma migração de profissionais das mídias *tradicionais* (jornal, rádio, revista, televisão e internet) para outros trabalhos, entre eles o de editor de livros, em uma iniciativa que pode ser empreendedora ou não. No panorama atual, nas redações há falta de espaço (desvalorização) para jornalistas mais experientes, substituídos por mão-de-obra mais barata de estagiários ou recém-formados. Nos jornais e revistas há também uma corrida pela recuperação de leitores que migraram para a internet. Na televisão, assiste-se à espetacularização da notícia, na tentativa de se prender a audiência pela emoção exacerbada.

Além da restrição do mercado de trabalho tradicional do jornalista, é possível levantar a hipótese da frustração de parte desses profissionais ao se depararem com o dia-a-dia industrial das redações, onde técnicas de escrita e a falta de preocupação em contextualizar a notícia reduzem o profissional a reproduzidor de obviedades copiadas de um veículo a outro.

Como dito anteriormente, a não-permanência de jornalistas em seus meios tradicionais de atuação não é de hoje. Uma pesquisa desenvolvida com egressos dos cursos de Comunicação da Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP) das décadas de 1970 e 1980 detectou quais funções os jornalistas saídos da escola exerciam no ano de 1992.

Os resultados mostram que tantos os egressos de 70 (84%) como os de 80 (92%) dedicam-se às atividades: redator, repórter (geral e especializado), preparador de textos, editor, diagramador, produtor, colunista, radialista, locutor, comentarista, revisor, correspondente internacional, pauteiro, copydesk; além daqueles que dão apoio ao jornalismo como: tradutor, arquivista, assistente de divulgação, marketing, criador de programas, curador de eventos, layout, artes gráficas, técnico de computação, analista de sistemas e responsável por atendimento ao leitor (LOPES, POBLACIÓN, VIÁ, 1992, p.144).



Embora a pesquisa citada tenha sido feita há mais de 15 anos, seus resultados ainda podem ser levados em conta, pois um estudo do Instituto Observatório Universitário (GÓIS, 2006), utilizando dados do Censo IBGE de 2000, levantou um universo de 3,5 milhões de trabalhadores formados em 21 áreas diferentes. O resultado aponta que 53% dos formados vão trabalhar em áreas distintas daquela na qual ele se graduou, ou seja, apenas 47% permanecem no mesmo campo de formação acadêmica. Já em Comunicação Social, apenas 27% dos profissionais com diploma permanecem na área, índice muito abaixo da média.

As explicações para este fenômeno no caso dos graduados em Comunicação podem ser muitas, como mercado de trabalho escasso, falta de oportunidades para recém-formados, baixa remuneração ou até mesmo uma formação ampla que possibilita a migração de área. E, embora a pesquisa do Instituto Observatório Universitário não faça distinção entre as habilitações dentro da Comunicação, sabe-se que a realidade no caso do Jornalismo não é diferente e, por isso, o profissional busca novos campos e possibilidades de atuação. Além das mídias tradicionais, podem ser citados assessoria de imprensa, jornalismo empresarial (comunicação interna) e por que não, o mercado editorial de livros.

Outro fator a ser levado em conta para o aumento de jornalistas no mercado editorial é o fato de ele estar em plena ascensão. Não só no que se refere à produção, como também às vendas. Dados da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) mostram que de 1990 a 2006, a produção de livros cresceu quase 34%³. De 2005 a 2006, houve um crescimento de 4,62%. O número de títulos aumentou 104% (de 1990 a 2006). Com crescimento de 2005 para 2006 de 10,83%.

As Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Comunicação Social estabelecidas pelo Conselho Nacional da Educação⁴, Ministério da Educação e da Cultura, de 2001, estabelecem que uma das habilidades específicas de um egresso do curso de jornalismo deve ser o domínio da língua nacional e das estruturas narrativas e expositivas “aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação”.

³ Anexo 1

⁴ Conforme acessado <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf> no dia 29 de maio de 2008.



Para o formado em Editoração, a abrangência do perfil desejado é maior, no sentido do trabalho com o texto, inclusive de revista, e a preocupação com a proficiência do público-leitor, conforme explicitado nas diretrizes específicas para o curso:

- dominar processos de edição de texto tais como: resumos, apresentações, textos de capa de livros, textos de revistas, textos que acompanham edições sonoras, audiovisuais e de multimídia, textos para publicações digitais, tratamento de textos didáticos e paradidáticos, textos de compilação, de crítica e de criação;
- dominar a língua nacional e as estruturas de linguagem aplicáveis a obras literárias, científicas, instrumentais, culturais e de divulgação em suas diferentes formas: leitura, redação, interpretação, avaliação e crítica;
- atentar para os diferentes níveis de proficiência dos públicos a que se destinam as produções editoriais

Certamente há profissionais com diferentes formações atuando no mercado editorial de livros como editores (*publishers* e/ou editores de texto). Este artigo promove aproximações entre o trabalho de editor de texto jornalístico, nas mídias *tradicionais* e do editor de livros (de ficção ou não-ficção).

Ao fazer um levantamento bibliográfico sobre o papel do jornalista editor em mídias *tradicionais* e do editor de livros será possível contribuir com uma reflexão sobre estas funções. E, quem sabe, abrir caminho para posteriores trabalhos que possam assinalar se e de que maneira a formação do jornalista pode colaborar para a inserção deste profissional no mercado editorial de livros⁵.

Editar como função

O processo de publicação literária, “é tanto uma atividade cultural como comercial. Os livros são veículos de idéias, instrumentos de educação e recipientes de literatura. Mas a tarefa de dar-lhes existência e fornecê-los a seus leitores é um trabalho comercial.” (DESSAUER, 1979, p. 29).

Dentro de uma editora de livros, este trabalho duplo esteve, exclusivamente, durante muito tempo (e ainda pode estar), nas mãos do editor. A palavra “editar” vem do latim *edo, editum, edere*, que significa “dar a lume”, “dar à luz”, “publicar”. O termo editor

⁵ Neste artigo, todas as referências sobre a atuação do jornalista no mercado editorial de livros/ editoras de livros dizem respeito exclusivamente ao lidar com o texto, na função de editor. Estão excluídas desta análise todas as outras possíveis funções dentro de uma editora de livro.



surge “na Roma antiga para identificar aqueles que chamavam a si a responsabilidade de multiplicar e cuidar das cópias dos manuscritos originais dos autores, zelando para que fosse correta a sua reprodução” (BRAGANÇA, 2001, p.18).

No Brasil, a figura do editor de livros sempre esteve restrita à do *publisher*, sendo eles, em um primeiro cenário, a mesma pessoa. Foi a partir da década de 60 do século XX, por uma questão sócio-econômica, que a figura do editor-patrão ou editor-empresário começa parcialmente a desaparecer. (GUIZZO, 1986, p.36). Muda a organização interna das editoras de livros e os proprietários passam a contar com diversos outros profissionais, normalmente assalariados ou colaboradores *freelancers*, sendo a maioria com formação em Ciências Humanas. Estes serão responsáveis pela montagem e execução de toda a programação editorial e produção gráfica, além de traduções.

A partir deste contexto surge a figura do editor como o responsável pela produção e pelo texto, seja ele um editor-executivo, editorador, diretor editorial, gerente editorial, assessor ou assistente editorial. Os cargos podem ser diferentes, mas a função de editar o texto, coordenar a produção e até por vezes cooptar novos autores, é uma estrutura que tem se mantido desde então no mercado editorial brasileiro. Desta forma, seja para cuidar do texto ou de todo o restante do processo editorial, a qualificação dos profissionais deve levar em conta todos estes aspectos. “Empresas prósperas consideram os quesitos culturais e comerciais” (DESSAUER, 1979, p. 29).

É importante fazer a distinção, dentro do mercado editorial de livros, entre as duas interpretações factíveis para a mesma palavra “editor”, possível de ser entendida como o profissional enquanto empresário do livro e editor de obra. O primeiro, do inglês, *publisher*, é o empresário, dono responsável pela editora. O segundo é o editor de texto, “aquele que assume a responsabilidade de tomar um original e transformá-lo em livro ou em outro objeto editorial” (BEDA, 1987, p.75).

O editor⁶ de livros é, portanto, aquele que recebe os manuscritos (ou às vezes vai atrás de originais e de escritores), faz a análise destes e os prepara para publicação, ainda que seja contratando colaboradores para as etapas de trabalho do texto.

A primeira fase da edição é a escolha do que será publicado. O importante é que o editor tenha conhecimento do mercado de bens culturais “para criar uma política editorial e estabelecer as linhas de atuação para realizá-la” (BRAGANÇA, 2001, p. 126, 127).

⁶ O termo editor será usado aqui sempre para designar o responsável por editar o texto, seja ele *publisher* ou não.



Estas serão as bases sobre as quais o editor estabelecerá sua escolha do que deve publicar. Ele pode ter conhecimento de todo o processo de produção do livro, noções de estética para escolha da capa, conhecimento sobre comercialização, distribuição e venda, mas se não tiver, pode terceirizar todos esses serviços. O mais importante: “sólida formação intelectual” e ser “movido por objetivos que são, ao mesmo tempo, econômicos e culturais. Muitas vezes sente-se com responsabilidades políticas diante de sua sociedade, talvez nesta função tipo se acentue o seu eros pedagógico”.

O jornalista também tem seu “eros pedagógico” ao cumprir a função de mediador entre os fatos cotidianos e/ou as fontes de informação e a sociedade. Ao escolher o que é notícia, ele “edita” uma certa realidade, pois escolhe fatos, entre tantos outros possíveis do cotidiano. Ao escolher a fonte consultada – especialistas, testemunhas de certo acontecimento, envolvidos em algum ocorrido, etc – de alguma forma já determina a edição da reportagem e da narrativa produzida.

Para a escolha do fato a ser destacado e a atribuição a este do status de notícia, o jornalista leva em conta uma série de implicações, dentre elas o público-leitor, o meio para o qual escreve ou até as posições políticas e éticas pessoais ou do veículo onde trabalha, conforme alguns conceitos estudados pelas teorias de jornalismo, como *gatekeeper*⁷, *agenda setting*⁸ e valores-notícias (*newsworthiness*).

Os valores-notícias são interessantes de serem discutidos aqui, pensando-se que o editor de livros também faz escolhas ao receber ou encomendar manuscritos. Na prática, estes valores são critérios de noticiabilidade, referências comuns usadas pela comunidade jornalística para identificar o que é importante de ser noticiado e são essas referências comuns que acabam por padronizar o noticiário diário.

Sistematicamente, o primeiro estudo acadêmico realizado sobre o assunto foi o de Galtung e Ruge (1965/1993) e enumerou doze valores-notícias: frequência/duração do acontecimento, alcance, clareza, significância, consonância com aquilo que o jornalista

⁷ Ou teoria da ação pessoal apareceu pela primeira vez em 1950, em artigo do pesquisador norte-americano David Manning White na revista científica *Journalism Quarterly*. Essa teoria diz que para serem classificadas como tal, as notícias passam por uma série de “portões” (*gates*), que são escolhas que o jornalista (*gatekeeper*) deve fazer para decidir se aquele fato vira notícia ou não, se deixa a notícia “passar ou não” pelo portão. (TRAQUINA, 2001, p. 54).

⁸ Ou teoria do agendamento foi cunhado nos anos 1970 pelos norte-americanos McCombs e Shaw e expõe o poder da mídia em determinar o que é importante de ser destacado da realidade. Deu origem a estudos posteriores que mostraram a concentração uniforme dos veículos jornalísticos em certos assuntos, fixando estes como os mais *importantes* da realidade cotidiana.



pensa ou espera, o inesperado, a continuação de notícias anteriores, composição (forme um bom equilíbrio dentro da diversidade de assuntos que devem ser abordados naquele periódico naquele momento), referência a países e/ou pessoas de importância econômica/fama, personalização (conta a história ou envolve alguém) e negatividade. (TRAQUINA, 2005; DÍAZ ARIAS, 2008). Os valores-notícias também mudam, embora não radicalmente, de acordo com o veículo (e seus interesses políticos e/ou comerciais), público-leitor, *gatekeeper*, o tempo e a sociedade. Atualmente, alguns dos valores-notícias mais básicos são “o extraordinário, o insólito, o atual, a figura proeminente, o ilegal, as guerras, a calamidade e a morte” (STEPHENS, 1988 apud TRAQUINA, 2005, vol. 2: 63).

Se as condições ambientais têm influência no processo de publicação, a decisão do editor permanece com o papel preponderante. É ele que, através de seu julgamento, gosto, visão, integridade e perspicácia comercial, modela no final não só a indústria como, em grau significativo, a literatura e a cultura geral que a fomentam (DESSAUER, 1979, p. 35).

Para suas escolhas, o editor precisa de certas qualificações que abastecem esta necessidade de ligação com o mundo da arte e do intelecto, sem deixar de lado o mundo comercial. São três as qualificações essenciais para o sucesso do trabalho do editor. É preciso respeitar a qualidade, sem ignorar as necessidades comerciais, ou “as oportunidades culturais deixarão de existir, por falência”. O segundo ponto é “a capacidade de ter empatia com o gosto do público”, mas dado o pluralismo cultural deste, o editor não pode e não deve compartilhar todas as opiniões, perspectivas e entusiasmos, mas agir “como um advogado do público” ao escolher um manuscrito. “Editor, quanto à erudição e literatura, deve ser um generalizador”. A terceira característica é a coragem para apostar em autores inéditos.

Além de todas as qualificações citadas acima, há um elemento muito importante, o “faro”. A expressão, tantas vezes vinculada ao trabalho jornalístico de perceber onde está a notícia, é usada por Unwin (apud BRAGANÇA) “à falta de melhor termo” como característica essencial para saber qual obra publicar.

E já que se fala em “faro”, pode-se pensar em outro termo comumente usado no jornalismo, o *furo*, para caracterizar uma informação ou notícia dada com exclusividade e ineditismo por um jornalista ou veículo de informação. Por que não usá-lo para a



situação em que um editor publica um manuscrito de um autor desconhecido, recusado por outras casas editoriais, e o livro torna-se um *best-seller*?

Do texto à obra

Há três exigências para que o editor trabalhe o manuscrito. Que ele tenha “conhecimento pessoal de livros, educação e cultura; conhecimento do que se passa no mundo; e um senso apurado das reações públicas”. Ele pode ainda ser especializado em um tipo de literatura, seja ela infantil, científica etc. E ainda balizar sua escolha junto a um corpo de colaboradores externos especializados que confirme ou descarte a opinião da editora (SMITH, 1990, p.58).

Para o jornalista, sua ampla formação cultural e humanística e seu interesse ou paixão por literatura e outras manifestações culturais tornam a função de editor de livros atraente. É uma possibilidade de o profissional se livrar de um texto padronizado e cheio de amarras, como o da maioria dos jornais, revistas e sites. As técnicas de escrita jornalística são pensadas com fins meramente mercadológicos e deixam, na maioria das vezes, a desejar quanto à estética. Certamente a técnica de “pirâmide invertida” do *lead*⁹, cuja utilização iniciou-se na Inglaterra e Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial (e no Brasil a partir da década de 1950 no Rio de Janeiro) tende a padronizar os textos ao responder apenas às perguntas o quê? quem? onde? como? quando? por quê?. Ao obedecer a este esquema formal, o discurso jornalístico torna-se padronizado. As reações sempre surgem. Na década de 60, a imprensa alternativa no Brasil contava com revistas com grandes reportagens como a *Realidade*, sem obediência rígida ao *lead*. Hoje, as revistas *Piauí* e *Brasileiros* são os exemplos mais recentes no Brasil de reação ao texto impessoal padronizado das redações, uma tentativa de aproximação à estética literária.

Ao pensar a literatura tomando dois de seus gêneros, o romance e o conto, e compará-lo, a primeira distinção entre ambos no aspecto formal é, em primeira instância, a extensão. Em segundo lugar, a narrativa do conto deve dar conta de, em menos páginas, esgotar uma história. A linguagem é, portanto, mais breve e concisa que a do romance, aproximando-se do jornalismo moderno. “Parece haver nos atributos do conto algo que

⁹ Primeiro parágrafo de um texto jornalístico que concentra as informações consideradas mais importantes dentro de uma notícia.



se cruza com os gêneros narrativos essenciais do jornalismo: a notícia e a reportagem”. (BULHÕES, 2000, p.47). O efeito provocado pelo conto é de um “soco no estômago”. O contato mais óbvio entre o conto e a reportagem é o fator humano, “a descoberta do homem por trás das coisas” (JOBIM, 1992:51)

Por outro lado, a estética pode favorecer e tornar o texto jornalístico mais interessante e aproximá-lo do leitor.

Há diferença entre artigos de jornal e página de literatura. E com efeito, o escritor expressa suas próprias idéias e experiências, ao contrário do jornalista que circunstancialmente comunicando idéias e observações retrata pensamentos, ações e fatos do cotidiano da sociedade. No primeiro, é dominante a preocupação da elaboração criadora. No segundo, é dominante a preocupação de informar. A distinção, porém, não incompatibiliza literatura com jornalismo (BELTRÃO, 1960).

A aspiração estética do texto jornalístico é antiga. O movimento literário do Realismo francês, por exemplo, influenciou o Novo Jornalismo, surgido nos Estados Unidos na década de 50 quando alguns jornalistas, entre eles Truman Capote e Tom Wolfe, começaram a escrever narrativas e perfis com técnicas de escritores de ficção. Os jornalistas que lançaram este novo estilo de escrever reportagens tiveram como fonte de inspiração os textos feitos por Honoré de Balzac e Charles Dickens, escritores do século 19. O movimento, até hoje conhecido e louvado por muitos jornalistas, não foi aceito em larga escala logo de início. Somente os editores das revistas *Esquire* e *The New Yorker* adotaram o estilo de imediato. No Brasil, a grande representante do Novo Jornalismo foi a já citada revista *Realidade*.

O jornalismo literário, que está na fronteira entre a arte e o jornalismo, utiliza recursos literários para escrever reportagem. A tentativa de inserção da estética à narração jornalística – a reportagem – funciona para dramatizar o acontecimento e revelar o conteúdo universal, abrangente, do fenômeno sobre o qual se fala, tratando não apenas da notícia em si, mas de todo seu contexto social, psicológico e histórico.

De qualquer maneira, o mais importante no texto, literário ou jornalístico, é a clareza e a precisão. O editor de qualquer meio, seja ele o livro ou um veículo noticioso, deve preocupar-se em que a mensagem que deseja transmitir seja clara e compreensível a seu leitor.



... Shawn¹⁰ era o editor dos sonhos de todo escritor... Dotado de lucidez e precisão extremas, Shawn substituía palavras quase perfeitas pela palavra perfeita e conseguia imprimir estrutura e forma a textos amorfos... Um outro autor, depois de ter seu texto editado ao longo de meses e vê-lo extraordinariamente melhorado, observou que agora o artigo pertencia tanto a ele como a Shawn, que retrucou: “Não, ele pertence a você. Eu apenas o tornei mais seu”. Se alguém quiser uma boa definição do trabalho de um editor, aí está. (SALLES, 2003)

A função de mediador

O papel do editor vai além de avaliar a qualidade do texto. Ele também deve ter noções sobre os direitos autorais, dos custos, sobre papel, e participar de todas as demais etapas de confecção do livro, ou seja, opinar sobre fotografia, diagramação, composição, impressão (GUIZZO, 1986: 37). “Não será um especialista em cada um dos campos, mas não pode ignorar elementos básicos dos setores com os quais tem contato constante”. (BRAGANÇA, 2001: 25). Ou seja, o editor funciona como um filtro no elo entre autor e leitor, ainda que existam mais profissionais envolvidos no processo.

O jornalista também desempenha um papel de intermediário, mas entre o leitor e a notícia, a fonte de informação e a sociedade. A destinação do jornalismo é justamente a conquista do público. Ou seja, é na preocupação com o direcionamento (ao) e a conquista do público que as funções de editores de livros e jornalistas têm mais uma convergência.

Considerações finais

O editor surgiu quando Gutenberg criou a prensa com tipos móveis. Foi esta inovação técnica que permitiu que a informação pudesse ser impressa e divulgada em forma de folhetos, jornais, livros. Editar livros, folhetos com informações comerciais ou notícias da sociedade local, era indiferente para o profissional que exercia o ofício. Se hoje a discussão sobre qual a formação do profissional que lida com a notícia diária ou o texto literário faz sentido é porque os *métiers* foram se diferenciando e se distanciando com a industrialização dos processos jornalísticos e de edição de livros. Termos e jargões diferentes surgiram nesta distância aberta. Atualmente, o tempo é um dos principais

¹⁰ William Shawn foi editor entre 1951 e 1987 da revista americana *The New Yorker*, que publicou muitos autores do Novo Jornalismo, como Truman Capote, Joseph Mitchell, Lilian Ross, Hannah Arendt, John Hersey e outros.



diferenciadores do trabalho do editor de livros e do editor em jornalismo. Jornalismo implica periodicidade e se antes o *dia* era o limite da edição de um jornal, em tempos de internet o *instantâneo* governa. E se a busca estética para seu texto sempre foi um desejo de muitos jornalistas, na época do “instantâneo” ela se torna um objetivo quase inatingível. Talvez por isso profissionais do jornalismo têm se lançado no empreendedorismo e aberto suas editoras, normalmente de pequeno porte, como tentativa de se recusar a aceitar a máxima de que o tempo do papel chegou ao fim. Ter o objeto livro em mãos com sua permanência atemporal pode ser uma forma de escapar ao fugidio tempo da internet.

A volta ao livro faz sentido para o profissional com formação jornalística que lida com a linguagem, mediadora entre o homem e o mundo se “entendemos ser a palavra constitutiva do pensamento conceitual, veiculadora de traços ideológicos que transitam do social para o individual, mediação entre homem e mundo, sujeito e objeto, das relações entre sujeitos e dos sujeitos consigo mesmos”. (MOTTER, 2003:21). O editor é o receptor de mensagens (que vêm das fontes jornalísticas ou dos autores de livros) e se torna emissor ao público da mensagem jornalística ou literária. O campo da Comunicação rege o ofício.



ANEXO

Ano	PRODUÇÃO (1º edição e reedição)		VENDAS	
	Títulos	Exemplares	Exemplares	Faturamento (R\$)
1990	22.479	239.392.000	212.206.449	901.503.687
1991	28.450	303.492.000	289.957.634	871.640.216
1992	27.561	189.892.128	159.678.277	803.271.282
1993	33.509	222.522.318	277.619.986	930.959.670
1994	38.253	245.986.312	267.004.691	1.261.373.858
1995	40.503	330.834.320	374.626.262	1.857.377.029
1996	43.315	376.747.137	389.151.085	1.896.211.487
1997	51.460	381.870.374	348.152.034	1.845.467.967
1998	49.746	369.186.474	410.334.641	2.083.338.907
1999	43.697	295.442.356	289.679.546	1.817.826.339
2000	45.111	329.519.650	334.235.160	2.060.386.759
2001	40.900	331.100.000	299.400.000	2.267.000.000
2002	39.800	338.700.000	320.600.000	2.181.000.000
2003	35.590	299.400.000	255.830.000	2.363.580.000
2004	34.858	320.094.027	288.675.136	2.477.031.850
2005	41.528	306.463.687	270.386.729	2.572.534.074
2006	46.026	320.636.824	310.374.033	2.880.450.427

Fonte: Site da Câmara Brasileira do Livro: <http://www.cbl.org.br/pages.php?recid=58>



Referências Bibliográficas

BEDA, Ephraim de Figueiredo. Octalles Marcondes Ferreira: formação e atuação do editor. 354 p. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1987.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1960.

BRAGANÇA, Aníbal Francisco Alves. **Eros pedagógico: a função editor e a função autor**. 225p. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e literatura em convergência**. São Paulo: Ática, 2007

DESSAUER, John P. **Tudo sobre a publicação de livros: a experiência editorial nos Estados Unidos**. São Paulo: Mosaico, 1979.

DÍAS ARIAS, Rafael. La formalización de la realidad: noticia, acontecimiento mediático, ciberacontecimiento. In: **III Congreso Internacional de Periodismo en la Red**, 23-24 abril 2008, Madri. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/2666334/La-formalizacion-de-la-realidad-noticia-acontecimiento-mediatico-ciberacontecimiento>. Acesso em 28 de maio 2008.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOIS, Antônio. 53% dos formados atuam em outra área. **Folha de S. Paulo**. São Paulo: 11/09/2006. Cotidiano, p. C1, 2006.

GUIZZO, João. “Áreas de atuação do editor e perspectivas profissionais”. In: **Editoração: mercado de trabalho e regulamentação da profissão**. Lustig, Silvia (Org.). São Paulo: Com-Arte, 1986.

JOBIM, Danton. **Espírito do Jornalismo**. São Paulo: Edusp – Com Arte, 1992.

LOPES, Maria Immacolata V., POBLACIÓN, Dinah de Aguiar, VIÁ, Sarah Chucid. **O mercado de trabalho em Comunicações e Artes e os profissionais formados pela ECA nas décadas de 70 e 80**. Vol. 1. São Paulo: Núcleo de Pesquisa do Trabalho em Comunicações e Artes (Nupem), USP, 1992.

MOTTER, Maria de Lourdes. **Ficção e Realidade: a construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

SALLES, João Moreira. O homem que escutava (posfácio). In: Mitchell, Joseph. **O segredo de Joe Gould**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SMITH Junior, Datus C. **Guia para editoração de livros**. Recife: Editora da UFPE, 1990.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Editora Insular, 2005.



_____. **Teorias do Jornalismo – A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Vol. 2. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005.