

Livros demais, editores de menos¹

Luciana Félix MACEDO²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Este artigo apresenta os resultados preliminares da pesquisa empreendida nos últimos dois anos, como mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da ECA-USP, tendo como objeto de estudo o editor de livros do segmento CTP – científico, técnico e profissional, atuante em grandes conglomerados editoriais. Para entender o impacto do novo cenário no dia a dia e modos de fazer desse trabalhador, combinamos a metodologia da observação participante (na unidade de São Paulo de uma empresa multinacional) a métodos e técnicas qualitativas de recolhimento, registro e interpretação dos dados, como caderno de campo e entrevista semiestruturada.

Palavras-chave: editor; comunicação e trabalho; ergologia; linguagem.

Introdução

Este artigo apresenta os resultados preliminares da pesquisa empreendida nos últimos dois anos, como mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da ECA-USP, tendo como objeto de estudo o editor de livros do segmento CTP – científico, técnico e profissional, atuante em grandes conglomerados editoriais. Nas edições 2012 e 2013 do Intercom, realizadas, respectivamente, em Fortaleza e Manaus, trouxemos, a princípio, as reflexões levantadas na primeira fase do estudo – os rumos, tendências e desafios impostos a esse profissional³–, e, no ano seguinte, um aprofundamento e direcionamento teórico e metodológico sobre o caminho pelo qual seguiríamos.⁴

Quem é esse profissional, de onde ele vem, qual a sua formação? O perfil predominante é mais comercial por características próprias ou porque teve que se moldar para atender às novas exigências? Como gere os conflitos entre o trabalho prescrito, imposto pela empresa, e o real? Que elementos estão mascarados no discurso do “trabalho criativo”, típico dos profissionais da cultura? Quais características de interdiscursividade

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da ECA-USP, email: luzfelix@uol.com.br.

³ Artigo: *Editor de livros: os novos rumos e tendências da profissão*.

⁴ Artigo: *O mundo do trabalho do editor de livros*.

(dialogismo) poderão ser encontradas? Quão polifônicas (legitimadoras do discurso da empresa) são as falas desses editores? O que é exigido dos mais jovens, quem os está formando, o editor mais experiente e ainda herdeiro do tempo do empresário-editor ou as regras ditadas pelos grandes conglomerados?

O projeto nasceu das inquietações e questionamentos desta mestrandia não só enquanto pesquisadora, mas como trabalhadora dos livros ao longo de uma trajetória de dez anos, oito deles em uma empresa multinacional. Por se tratar de um estudo focado nessa editora, com a abordagem e exposição de informações internas, optamos por não identificá-la.

No início da pesquisa, em 2012, a empresa começou a dar indícios de que passaria por uma reestruturação em todos os departamentos, começando pelo editorial, que mudaria seu modo de atuação e sua imagem no mercado brasileiro. Conhecida no exterior como uma editora acadêmica, cresceu no Brasil como uma das maiores casas publicadoras de livros profissionais na área de negócios, embora sustente um relevante e sólido catálogo de livros universitários. Estar lá durante esse processo nos possibilitou um interessante exercício de observação participante. A partir do segundo semestre de 2012, norteados pelo binômio comunicação e trabalho e pelos referenciais teóricos e metodológicos da ergologia (abordagem multidisciplinar que estuda as situações de trabalho, buscando entendê-las como atividades singulares nas quais o sujeito manifesta toda a sua subjetividade) como atividade humana e da análise do discurso, iniciamos, em uma fase exploratória, registros de falas e acontecimentos, em um caderno de campo, como futuros subsídios para uma etapa mais sistematizada da pesquisa empírica.

O que este trabalho se propôs, desde a sua concepção, foi refletir sobre os seguintes desafios:

- A profissão enfrenta uma crise de identidade pelas mudanças ocorridas ao longo dos séculos de mudanças editoriais. Antes de o livro passar a ser reproduzido mecanicamente, o editor era aquele que chamava para si a responsabilidade de multiplicar e cuidar das cópias dos manuscritos originais dos autores, zelando para que sua reprodução fosse o mais fidedigna possível (Bragança, 2001, p.18). Antes da invenção do códice, a leitura era uma atividade em grupo, realizada em voz alta e, portanto, mais auditiva que visual. A função editor propriamente dita nasce bem depois disso, no século XV, junto com a prensa de Gutenberg e, a partir daí se

desenvolve e se modifica, conforme a tipologia estudada por Bragança (2001): Impressor-editor – o dono da oficina tipográfica (de 1450 a 1550); Livreiro-editor – o empresário mercantil, com o tino e traquejo comercial de um bom negociador (1550 a 1850); Empresário-editor – o editor por excelência, capaz de trabalhar com objetivos econômicos e culturais (1850 a 1950); e Executivo-editor – de perfil gerencial, consequência da formação dos grandes conglomerados de comunicação, fenômeno crescente a partir da segunda metade do século XX, a que Roger Chartier (1998) chama de “capitalismo editorial”.

- A estratégia das grandes editoras confunde-se com a de qualquer setor industrial: preservação de altos lucros em uma lógica onde os números são mais importantes que a publicação dos melhores livros e se exige maiores resultados com equipes mais enxutas e polivalentes.
- O livro digital e a Web amplificaram a atuação do leitor como produtor, autor e editor de conteúdos e informações (Castells, 2009; Scolari, 2008; Jenkins, 2009), questionando a tradicional mediação do editor entre autor e sociedade.

A editora pesquisada

A escolha da editora pautou-se pelos seguintes critérios: sua representatividade (detém 5% do mercado CTP quando considerado o faturamento do catálogo de livros da área de ciência e tecnologia e 8,5% se somado com o faturamento da área de ciências da saúde)⁵; perfil heterogêneo de editores que fazem parte do quadro de funcionários, localizados nas duas cidades com os maiores PIBs do país (São Paulo e Rio de Janeiro); e pelo fato de ter passado por uma reestruturação editorial e adequação aos processos internacionais.

Para contextualizar a empresa dentro do mercado editorial de livros no Brasil:

- É formado por 735 empresas (cadastradas na Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe), das quais 497 se enquadram no critério adotado pela Unesco para definir “editora de livros”: edita pelo menos 5 títulos e produz no mínimo 5 mil

⁵ Chegamos a esse número pela comparação entre o faturamento geral do segmento de livros Científicos, Técnicos e Profissionais, divulgado na pesquisa Produção e Vendas do Mercado Editorial Brasileiro 2011, realizado pela Fipe, CBL e Snel, e o faturamento da editora em questão.

exemplares por ano⁶. Os dados são do levantamento *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*⁷, da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e Sindicato Nacional de Editores de Livros (Snel).

- O faturamento total do setor foi de R\$ 5,359 bilhões pela comercialização de 480 mil exemplares impressos em 2012, sendo que metade são pequenas, e menos de 20 faturam mais de R\$ 50 milhões. Para dividir a totalidade da produção do setor livreiro, a CBL categoriza as editoras de duas formas: (1) níveis de faturamento: A: até R\$ 1 milhão por ano; B: de R\$ 1 milhão a R\$ 10 milhões por ano; C: de R\$ 10 milhões a R\$ 50 milhões por ano; e, D: mais de R\$ 50 milhões por ano; (2) e segmento: livros didáticos (LD), obras gerais (OG), científicos, técnicos e profissionais (CTP) e religiosos (R). Os segmentos são responsáveis, respectivamente, por 46%, 26% 17% e 10% do faturamento do mercado brasileiro no último triênio. Internacionalmente, não há um critério de categorização.
- É importante destacar a relevância das compras governamentais para o mercado LD, por meio do Programa Nacional do Livro Didático – PNLD e do Programa Nacional da Biblioteca Escolar – PNBE. Quando são consideradas as vendas dos quatro segmentos sem o governo, a proporção acima muda para 34%, 26,1%, 25,9% e 13%.
- A empresa onde foi realizado o nosso estudo enquadra-se no nível C e publica livros CTP, segmento que em 2012 foi o 2º maior em faturamento e em títulos editados, mas com o menor volume de exemplares vendidos. Isso revela um mercado de tiragens menores e preços mais elevados que os praticados pelos demais segmentos.
- As vendas crescentes de livros CTP têm como principal motivadora a expansão das matrículas em cursos técnicos e universitários e/ou a abertura de novas vagas em concursos públicos. E, de acordo com o relatório da Fipe de 2012, com dados de 2011, CTP é o subsetor que mais se destaca, com um expressivo crescimento de seu faturamento (23,1% em termos nominais e 15,6% em termos reais). Ao que parece, o subsetor vai retomando assim a tendência que vinha exibindo nos últimos anos de

⁶ O *Glosario de términos*, Unesco/Cerlalc define Editora da seguinte forma: “**Editorial:** Casa editora. Empresa jurídica cuya actividad principal es asumir la financiación y riesgo financiero para la edición de libros para su venta. 2. Empresa o entidad que financia, realiza y publica libros o cualquier clase de publicación impresa. 3. Persona jurídica o natural, responsable económica y legalmente de la edición de publicaciones en cualquiera de los formatos y sustratos disponibles.”

⁷ Disponível em <<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/producao-e-vendas-do-setor-editorial-brasileiro>>. Último acesso: 20/07/2014.

uma performance sempre superior à média do setor e que havia sido interrompida em 2010, quando cresceu abaixo da média.

- Entre as principais editoras de livros CTP brasileiras destacam-se: Saraiva, Revista dos Tribunais, adquirida em 2010 pela Thomson Reuters, Grupo GEN (Guanabara Koogan, Santos, Método, Forense, Forense Universitária, Roca, LTC e EPU), Atlas e Grupo A (Artmed, Artes Médicas, Bookman, Penso, Tekné e McGraw-Hill Brasil).
- Das editoras mencionadas acima, três são casos de aquisição, incorporação ou parcerias entre uma ou mais editoras, a forma como o crescimento das empresas do ramo costuma ocorrer. Outra característica desse mercado é a presença de grupos estrangeiros como a Elsevier, no Brasil desde 1976 por meio de uma parceria com a Editora Campus, Pearson, Thomson Reuters e o Cengage Learning, presente desde 2001.
- E-books registraram vendas de 873.973 unidades em 2012 e, junto aos 15.173 aplicativos comercializados, entraram para a categoria “conteúdos digitais”.

Voltando à escolha da editora onde o estudo de caso foi realizado, o objetivo foi captar “as particularidades discursivas que apontam para contextos mais amplos” (Brait, 2006, p. 13) e observar situações específicas para entender as mais abrangentes, como os valores da nossa sociedade a partir da articulação do micro com o macrossocial.

Para captar essas particularidades discursivas, a pesquisa de campo se iniciou em meados do segundo semestre de 2012. Desde então, utilizou-se o recurso do caderno de campo para anotar as falas, acontecimentos e percepções mais relevantes em um ambiente onde as mudanças começavam a se anunciar e tomar forma.

Recorte empírico

O departamento editorial da empresa era composto por:

- 6 gerentes editoriais e 7 editores de aquisições.
- 3 editores de desenvolvimento (com atribuições diferentes a despeito do mesmo cargo)

- 5 Editorial Project Manager (EPM), traduzido para o português como analista editorial, pois três das cinco pessoas que ocupam o cargo são estagiárias e além de assistentes, realizam atividades condizentes com a função de editor de desenvolvimento. O departamento de Recursos Humanos entende que o nome Gerente de Projetos Editoriais não atende à atual estrutura. No exterior, os EPMs são funcionários jovens, mas experientes, e trabalham em equipes onde as figuras do editor de desenvolvimento e do editor de aquisição são presentes. Suas atribuições também são mais simples que as realizadas por um EPM brasileiro. Aqui, é exigido desses jovens em formação um nível de polivalência que não condiz com a experiência, capacitação recebida da editora, horas de trabalho e remuneração.

No Brasil, a editora é dividida em duas unidades de negócios: Ciência e Tecnologia (CT) e Ciências da Saúde (CS). A lista acima contempla, com exceção dos gerentes editoriais e editores de aquisição, apenas o departamento editorial de CT. No primeiro item, estão incluídas as três editoras de CS. Cada unidade de negócio funcionava como uma empresa diferente dentro do mesmo grupo. Consideramos relevante incluí-las na pesquisa para recolher informações de uma área que não só trabalha com temas diferentes, mas que apresenta diferenças nos processos e nas divisões do trabalho, embora as diretrizes internacionais, teoricamente, fossem as mesmas. Como a equipe estava dividida em dois estados, foram abordados neste estudo apenas os editores do escritório de São Paulo, pela viabilidade de se utilizar do método da observação participante e da técnica da entrevista em profundidade, o que implicou na presença constante desta pesquisadora no dia a dia da empresa, nas atividades de trabalho e relações de comunicação formais e informais. Desta forma, trabalhamos com a seguinte amostra:

- 2 gerentes editoriais (CT), 1 gerente editorial (CS), 2 editores de aquisições (CT)
- 1 gerente editorial desligado da empresa há alguns anos (na tentativa de resgatar a memória e um comparativo do funcionamento do trabalho e da estrutura)
- 3 estagiárias (Editorial Project Manager – EPM)
- 2 ex-funcionárias, que pediram demissão devido à reestruturação. Como estratégia do exercício de vigilância epistemológica e distanciamento crítico, acreditamos que as falas dessas editoras desempenharam o papel de alterego desta pesquisadora.

- 2 editoras de produção. Embora a função tenha se desvinculado do departamento editorial, trabalhamos com a hipótese de que essa é uma mudança equivocada; a produção é uma atividade essencial e complementar à etapa de concepção e desenvolvimento do conteúdo; e as duas editoras sugeridas têm um histórico interessante dentro da empresa: uma quase se desligou em 2012 por questões salariais (para complementar sua renda, ocupa parte significativa do seu tempo livre e de descanso fazendo trabalhos *freelancer*, o que a deixa exausta); e a outra é terceirizada e não tem direito a uma série de benefícios disponíveis aos demais funcionários, embora trabalhe e tenha metas como todos. Uma situação que desmotiva e expõe as pessoas a uma série de constrangimentos, especialmente quando o assunto é plano de saúde, participação nos lucros e resultados e definição de treinamentos, por exemplo. Os comunicados internos pertinentes a direitos dos funcionários efetivamente contratados sempre trazem ao final a observação: “esses benefícios não se estendem a estagiários e terceirizados”.

A princípio, nos interessava apenas os gerentes editoriais e editores de aquisição, pois são eles, pelas características do cargo, os que poderiam exercer ou se aproximar do perfil do executivo-editor. Mas no desenrolar da observação mostrou-se viável incluir os editores em formação (especialmente as estagiárias, EPMs) para entender como o cotidiano de trabalho fortalece ou destrói os seus anseios profissionais e o quanto é gerador de angústias e mudanças de rumo; e as editoras de produção pelos motivos já especificados acima.

Perfis dos editores

Foram entrevistados 13 editores (considerando aquisição, desenvolvimento e produção), dos quais são 10 mulheres e 3 homens. Todos jovens, em sua maioria (9) entre 26 e 35 anos de idade, e com formação mais clássica, nas áreas de Letras (4) e Comunicação (Jornalismo, 3; Produção Editorial, 2; Rádio e TV, 1). Os demais são editores especialistas, com formação em Direito e Odontologia.

As falas foram categorizadas pelos assuntos mais recorrentes. Alguns deles foram:

- **conceito de editor na atualidade:** “responsável pela concepção, desenvolvimento e entrega”; “trabalho muito complexo, onde não há tempo para romantismo”; “mesmo inserido em uma linha de produção, é um artesão, um artista”;
- **conflito entre quantidade e qualidade,** pela necessidade, enquanto trabalhador que se reconhece na atividade que desenvolve, de realizar um trabalho bem feito *versus* a pressão por metas de publicação e faturamento (que envolve números e cifras cada vez maiores). Tanto que alguns editores (em alguns casos, gestores) admitem ser “impossível trabalhar com qualidade diante do volume de trabalho”. Em outros casos, editores preferem não dizer que tiveram participação na produção de determinado livro, porque conhece as reais condições e falhas envolvidas no processo.
- **Estratégias de preservação da saúde no trabalho:** distanciamento, “consciência de que este é só um trabalho” (lógica perversa quando consideramos a atividade de trabalho como a essência do ser humano, onde ele se manifesta por inteiro, em toda a sua subjetividade).

Reestruturação editorial: antes e depois

Antes das mudanças em curso, os editores estavam divididos em três categorias:

- **Aquisição:** responsável por captar novos títulos e autores de acordo com a estratégia definida para a sua linha editorial e com um perfil mais generalista para dar conta da diversidade de temas. Até setembro de 2012, por exemplo, quando as mudanças foram implementadas, o editor de livros universitários cuidava de um catálogo que cobria 11 diferentes áreas de formação, entre humanas e exatas.
- **Desenvolvimento:** responsável pelo processo entre a aquisição e a produção do livro e pela pós-produção: trâmites burocráticos para a assinatura do contrato, acompanhamento do autor para garantir a entrega do original no prazo combinado, checagem do conteúdo antes de liberá-lo para a produção, elaboração da capa e fornecimento de informações para auxiliar o trabalho do marketing, comercial e divulgação universitária.

- **Produção:** responsável pelo processo que transforma o texto entregue pelo autor em um produto pronto para ir para a livraria depois de ser revisado, editorado, impresso ou fechado em formato eletrônico (e-book).

A primeira mudança nessa estrutura envolveu a produção, que foi desvinculada do editorial e passou a responder para o departamento de Operações (que abarca as áreas financeira, de produção gráfica, logística, jurídico e direitos autorais). A produção é considerada o “chão de fábrica” de uma editora, onde as prescrições (procedimentos e descrição dos processos) devem ser seguidas à risca. Há cronogramas rígidos para definição do tempo que cada livro levará para ficar pronto dependendo do seu tamanho e complexidade. É considerada uma etapa mais “braçal” do processo editorial a tal ponto de muitos editores (mesmo sendo profissionais de uma “indústria criativa”) afirmarem que o diagramador, por exemplo, não deve pensar, apenas executar as orientações recebidas.

Os editores de produção seriam, na visão do mercado, os responsáveis pelo trabalho mais simples, padronizável e “manual” e os editores de desenvolvimento e aquisições pelo “trabalho intelectual”. De acordo com Marx e Engels, “trabalho mais complexo vale apenas como trabalho simples potenciado ou, antes, multiplicado, de maneira que um pequeno *quantum de trabalho complexo* é igual a um grande *quantum de trabalho simples*” (1985, p. 51). Todas as atividades, do general ou banqueiro ao alfaiate, tecelão ou doméstica possuem a mesma qualidade: **a qualidade do trabalho humano**. Ou como coloca Duraffourg:

Todo ato, mesmo o mais simples, é num primeiro momento, um uso de si por si-mesmo e este uso é sempre absolutamente singular. Não existem duas pessoas, não existem dois momentos, para uma mesma pessoa, em que o uso de si por si seja idêntico. Estamos no âmbito da história em construção. (SCHWARTZ e DURRIVE, 2010, p. 69)

Essa visão revela a complexidade do trabalho e a linguagem como uma arena de disputas (Bakhtin). Para os editores considerados “do ramo”, forjados dentro da tradição clássica de passar por todos os processos desde a revisão e produção do livro, a separação da produção do editorial configura-se como uma aberração. Já para os editores vindos de outras áreas, como comercial e marketing, diretamente para a aquisição, esse é um processo natural.

A segunda mudança foi transformar cinco dos seis Editores de Desenvolvimento (ED) em Editores de Aquisição (EA). Desta forma, a equipe de profissionais responsáveis por captar conteúdos e autores aumentou de cinco para dez. No lugar dos cinco EDs, foram contratados três estagiários, um novo ED e aproveitadas duas pessoas do departamento com funções de assistentes.

O principal argumento para a nova estrutura é propiciar aos editores um trabalho mais focado e especializado em menos áreas, no lugar de uma ou duas pessoas cuidarem de 11 diferentes grandes temas. Desta forma, cada editor poderia exercer suas atribuições dentro dos limites de suas funções, com qualidade e aprofundamento. Seria uma tentativa de aproximar a atuação do editor de perfil mais generalista aqui no Brasil do editor especialista, como é comum nas unidades da empresa no exterior. Dentro dessa proposta, cada editor passaria a cuidar de menos projetos ou menos editorias (como no exterior), mas se dedicaria a cada um deles de uma maneira polivalente e com um acúmulo de tarefas (diferentemente do que ocorre nas unidades norteamericana e inglesa da editora): pensando a estratégia do catálogo, como o editor de aquisições; o livro como produto, como o editor de desenvolvimento; e cuidando de atividades que antes eram ligadas à produção, como tradução, revisão técnica e copidesque. Tudo isso contando, na maior parte dos casos, com um estagiário ou dividindo um assistente com outro editor de aquisições. Resultado: tanto o editor de aquisições quanto o estagiário, que deveria trabalhar seis horas por dia e não assumir responsabilidades de um funcionário mais experiente, têm uma sobrecarga de atividades e um nível de estresse incompatível e incongruente com os argumentos que defendiam as vantagens da reestruturação.

Ao observar as características de cada mudança, é possível concluir que taylorismo (divisão de tarefas e controle do tempo na produção) e toyotismo (produção flexível e polivalência) convivem na mesma empresa.

Antes mesmo de sua efetiva implementação, a norma foi re-normalizada. Ou melhor, existia enquanto intenção, enquanto discurso, mas não como prática. O objetivo de uniformizar o trabalho dos editores com a mesma função no Brasil e no exterior não é tão simples, principalmente quando questões essenciais envolvendo diferenças culturais e mercadológicas são desconsideradas ou subestimadas:

- Estrutura: o tamanho da equipe é menor no Brasil em relação aos Estados Unidos ou Inglaterra, por exemplo. E mesmo havendo uma redução no

número de projetos por editor, essa quantidade ainda era, no mínimo, três vezes maior que a dos editores estrangeiros.

- Idioma: o mercado consumidor para livros em língua portuguesa é menor que para livros em inglês ou espanhol. Dessa forma, é possível publicar menos livros em língua inglesa e faturar mais.
- Relação com outros departamentos: o editor brasileiro despende parte considerável do seu tempo treinando e acompanhando o departamento de vendas em visitas a livreiros para negociar diretamente; e munir o marketing de informações sobre os livros, muitas vezes já na linguagem que irá para o mercado.

A ideia da adequação da editora aos processos globais foi “vendida” como uma maior profissionalização, eliminando um ranço de empresa familiar. Mas trouxe consigo, como consequência, uma maior pressão por resultados, fortalecimento das questões comerciais e de marketing em detrimento das editoriais e saída de pessoas insatisfeitas com os novos rumos da empresa, sob o rótulo de “resistentes à mudança”. Duraffourg explica que essa resistência não significa que as pessoas não queiram trabalhar, mas que elas não querem trabalhar em determinadas situações. Quinze dias após o anúncio da reestruturação, um das funcionárias “promovidas” pediu demissão. Os motivos, segundo ela, são o salário incompatível com o nível de exigências, pressão e responsabilidades; tempo curto para realização das tarefas com profundidade e qualidade; e ambiente desfavorável à concentração.

Quais valores motivaram a sua escolha? A crença de que nessas condições não é possível realizar um trabalho com qualidade e que a combinação entre pressão e salário incompatível prejudicaria sua saúde. Em suas palavras: “é uma questão de princípios, e princípios são inegociáveis”.

a mudança tem um custo e este custo não é o mesmo para todos. Tratar a questão como algo da ordem das aptidões ou das capacidades é um absurdo. As pessoas são perfeitamente capazes, mas é preciso criar condições que lhes permitam mudar. Em primeiro lugar, a mudança tem um custo e ele é diferente segundo a idade e tempo de serviço da pessoa. Em segundo lugar, seus efeitos dependem das características da situação de trabalho na qual ela é introduzida. (SCHWARTZ e DURRIVE, 2010, p. 50)

O episódio, que em 2012 já se revelou bastante emblemático, era apenas o início de uma reestruturação ainda mais impactante, que ocorreu um ano depois. Desta vez, as mudanças cruzaram o continente, alterando não só a forma de se trabalhar, mas o idioma com o qual se trabalha. Os editores de aquisições foram divididos em dois grupos, Local e Global. No segundo, os profissionais passaram a captar conteúdo em inglês, trabalhando de acordo com o fluxo global, mas atuando (fisicamente) dentro da estrutura local. O resultado foi a saída de mais três pessoas (um gerente editorial, um editor de aquisição e uma estagiária), que pediram o desligamento pela arbitrariedade das decisões e pela falta de sensibilidade, análise e planejamento na distribuição das áreas. Um dos editores relatou que, além de terem apagado todo o seu passado (pois passaria a trabalhar com um assunto oposto ao do catálogo que levou anos para construir), estavam exigindo que se tornasse um burocrata.

Observar as situações de trabalho revela as dramáticas da atividade, a batalha contínua para se adequar às novas condições (infidelidades do meio) e a partir de que valores as pessoas fazem suas escolhas e se posicionam na sociedade. Isso é importante porque “o mundo do trabalho transborda do seu meio e abarca outros espaços sociais, tais como a casa, o bairro, a mídia etc.” (Fígaro, 2008, p. 129)

Schwartz explica que a abordagem ergológica permite compreender a presença da dimensão de escolhas e de valores na atividade de trabalho. Ao fazermos escolhas, estamos revelando os valores que circunscrevem nossa atividade e como nos situamos na sociedade. Ele fala de valores mercantis, não-mercantis, valores contábeis e valores não-mensuráveis, sem dimensão, como a saúde, ilustrada no exemplo acima.

Um estudo ergológico de situações reais de trabalho na indústria editorial é capaz de revelar questões que explicam problemas do microssocial e permitem articulações com o macrossocial. A ergologia possibilita essa articulação de modo que as questões da sociedade podem ser lidas no posto de trabalho, no micro da atividade, na observação de situações concretas.

Os processos globais, a financeirização da economia, a subcontratação, os processos econômicos e técnicos, a exigência por quantidade em detrimento da qualidade podem ser aferidas em diferentes segmentos industriais. No ramo editorial, essas questões específicas podem ser generalizadas para entender (ou comprovar) um movimento de fusões e aquisições iniciado há alguns anos e que transformou muitas editoras em

conglomerados de comunicação, aproximando o editor das funções de um executivo mais voltado à rentabilidade do capital do que de um gestor de conteúdos e mediador cultural das relações entre o autor e a sociedade.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail (Voloshinov). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1979.
- BOUTET, Josiane. Por uma análise do discurso multidimensional. In BRAIT, Beth; SOUZA-E-SILVA, M. Cecília. *Texto ou discurso?* São Paulo: Contexto, 2012.
- BRAGANÇA, Aníbal. *Eros pedagógico: a função editor e a função autor*. Tese de doutoramento. São Paulo: Universidade de São Paulo/Escola de Comunicações e Artes, 2001.
- BRAIT, Beth (org). *Bakhtin*. Outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009.
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Unesp, 1998.
- DA MATA, Roberto. O ofício de etnólogo ou como ter ‘anthropological blues’. In NUNES, Edson. *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- EZPELETA, Justa; ROCKWELL, Elsie. *Pesquisa participante*. São Paulo: Cortez, 1986.
- FIGARO, Roseli A. *Relações de comunicação no mundo do trabalho*. São Paulo: AnnaBlume, 2008.
- _____. (org.). *Comunicação e análise do discurso*. São Paulo, Contexto: 2012.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LACOSTE, Michèle. Fala, atividade e situação. In DUARTE, Francisco; FEITOSA, Vera. *Linguagem e trabalho*. Rio de Janeiro: Lucena, 1998.
- LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo, Loyola, 2003, 7ª ed.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2002.
- MARX, K, ENGELS, F. *O Capital*. Crítica da economia política. Vol. I, livro Primeiro, O processo de produção do Capital. Tomo I. São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Coleção Os Economistas).
- MARX, K. *Manuscritos econômico-filosóficos*. Lisboa: Edições 70, 1993.
- _____. *A ideologia alemã*. Textos escolhidos. São Paulo: Boitempo, 2007.
- _____. *Cultura, arte e literatura*. Textos escolhidos. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

MELLO, Gustavo. Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital. *BNDES Setorial*, n. 36, p. 429-473, set. 2012. Rio de Janeiro, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

NOUROUDINE, Abdallah. A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In: SOUZA E SILVA, M. Cecília P., FAÏTA, Daniel (orgs.). *Linguagem e trabalho*. Construção de objetos de análise no Brasil e na França. São Paulo: Cortez, 2002.

SCHIFFRIN, André. *O dinheiro e as palavras*. São Paulo: Bei, 2011.

SCHWARTZ, Yves; DURRIVE, L. *Trabalho & Ergologia: Conversas sobre a atividade humana*. 2. ed. Niterói: Editora da UFF, 2010.

SCOLARI, Carlos. *Hipermediaciones*. Elementos para uma teoria de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.