

Produção editorial: fatores econômicos, sociais e tecnológicos¹

Ana Luiza Bruzadelli de Souza²
Marina Bernardino Rezende³
Rafaela Delpasso Godoy Sampaio⁴
Taís Siqueira Secco⁵
Valentina Morita Fukuoka⁶
João Paulo Hergesel⁷

Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas

RESUMO

Este estudo investiga o campo da produção editorial, abordando suas transformações contemporâneas por meio de uma revisão bibliográfica. O objetivo é entender como fatores econômicos, sociais e tecnológicos influenciam a produção, distribuição e consumo de materiais editoriais. Os resultados ressaltam a necessidade de equilibrar interesses comerciais e responsabilidade cultural, promovendo diversidade e inclusão.

PALAVRAS-CHAVE: produção editorial; práticas editoriais; revisão bibliográfica.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo explorar a produção editorial como campo científico nos estudos de Comunicação e Linguagens, compreendendo suas múltiplas dimensões e transformações contemporâneas. Por meio de uma metodologia de revisão bibliográfica, analisamos as contribuições de Bourdieu (2018), Medeiros (2010), Muniz Jr. (2019), Travancas (2019) e Tian e Martin (2013).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Produção Editorial, evento integrante da programação do 28.º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

• O presente trabalho foi realizado no âmbito do Grupo de Estudos sobre Livros Digitais Interativos, em funcionamento junto ao Programa Manacás (PUC-Campinas).

² Estudante de Letras: Português/Inglês na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). E-mail: analubruzadelli@gmail.com. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Brasil. Processo n.º 2024/05938-1

³ Estudante de Letras: Português/Inglês na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). E-mail: marinarezende150904@gmail.com. Participante do Programa Voluntários de Iniciação Científica da PUC-Campinas (VIC/PUC-Campinas).

⁴ Estudante de Letras: Português/Inglês na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). E-mail: rafaeladgsampaio@gmail.com. Participante do Programa Voluntários de Iniciação Científica da PUC-Campinas (VIC/PUC-Campinas).

⁵ Estudante de Letras: Português/Inglês na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). E-mail: taissecco1515@gmail.com. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Brasil. Processo n.º 2024/05050-0.

⁶ Estudante de Letras: Português/Inglês na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). E-mail: tinamoritaf@gmail.com. Bolsista do Fundo de Apoio à Iniciação Científica da PUC-Campinas (FAPIC/PUC-Campinas).

⁷ Professor da Escola de Linguagem e Comunicação e pesquisador do Programa de Desenvolvimento Humano e Integral da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). Doutor em Comunicação (UAM), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura (Uniso). Membro do grupo de pesquisa SOLARIS – Solidariedade, Ações Responsáveis e Inovação Social (CNPq/PUC-Campinas). E-mail: joao.hergesel@puc-campinas.edu.br.

Desde a crítica à mercantilização do setor editorial até as novas dinâmicas introduzidas pelas tecnologias digitais, buscamos entender como essas mudanças afetam a produção, distribuição e consumo de literatura e materiais educacionais. Tais análises são fundamentais para delinear o papel dos editores como mediadores culturais e a dualidade do livro como produto cultural e mercadoria, permitindo-nos captar as complexas interações econômicas, sociais e culturais que definem o campo editorial.

2 A VALORIZAÇÃO DO LUCRO NA INDÚSTRIA DO LIVRO

No artigo, Pierre Bourdieu (2018) analisa as transformações no campo editorial, descrevendo o que ele chama de “revolução conservadora” na indústria do livro. Bourdieu (2018) argumenta que as mudanças recentes no setor editorial são impulsionadas por forças econômicas e comerciais que priorizam o lucro em detrimento da diversidade cultural e do papel tradicional da edição como mediadora cultural.

Bourdieu (2018) examina como grandes conglomerados editoriais estão cada vez mais controlando o mercado, impondo práticas que visam a maximização dos lucros com a padronização e a promoção de *best-sellers*. Essa tendência, segundo ele, resulta em uma homogeneização da produção literária, em que o valor comercial das obras se sobrepõe ao valor artístico e intelectual.

O autor também destaca o impacto dessas mudanças sobre autores, que se veem pressionados a se conformar às demandas do mercado para serem publicados. Esse cenário gera um ambiente onde a inovação e a diversidade estilística são desencorajadas, já que editores tendem a apostar em fórmulas comprovadas de sucesso financeiro.

Além disso, Bourdieu (2018) discute a crescente influência do marketing editorial, que molda as preferências dos leitores e promove uma cultura de consumo rápido, em vez de incentivar leituras críticas e reflexivas. Ele alerta para as consequências dessa “revolução conservadora”, que pode empobrecer o campo cultural ao reduzir a pluralidade de vozes e ideias disponíveis ao público.

Em suma, o artigo de Bourdieu (2018) oferece uma crítica contundente às transformações na indústria editorial, destacando os riscos de uma abordagem mercantilista que ameaça a riqueza cultural e o papel emancipador da literatura. Ele chama a atenção para a necessidade de resistir a essas tendências conservadoras e defender a diversidade e a inovação no campo literário.

3 A EMERGÊNCIA DE UMA SOCIOLOGIA HISTÓRICA DA EDIÇÃO

No artigo, Nuno Medeiros (2010) apresenta uma análise aprofundada sobre a evolução e a transformação do campo editorial ao longo do tempo, propondo a emergência de uma sociologia histórica da edição. Medeiros (2010) argumenta que, para compreender plenamente o papel e a influência dos processos editoriais, é necessário considerar a edição como um “objeto dúctil”, ou seja, algo que se adapta e se transforma em resposta a contextos históricos, sociais e culturais específicos.

Medeiros (2010) explora como a edição não é apenas um meio de produção e distribuição de livros, mas também um ator social que participa ativamente na construção e circulação de conhecimento. Ele destaca a importância de analisar a história da edição através de uma lente sociológica, considerando como as práticas editoriais refletem e influenciam as dinâmicas de poder, identidade e cultura.

O autor examina as relações entre editores, autores e leitores, enfatizando como essas interações moldam o campo literário e determinam quais vozes e ideias são amplificadas ou silenciadas. Medeiros (2010) também discute o impacto das tecnologias e das mudanças no mercado editorial, que têm promovido novas formas de produção e consumo de literatura.

Além disso, o artigo aborda a diversidade e a pluralidade no campo editorial, destacando a importância de práticas inclusivas que permitam a emergência de uma gama mais ampla de perspectivas e narrativas. Medeiros (2010) sugere que a sociologia histórica da edição pode oferecer contribuições valiosas para entender como as mudanças nas práticas editoriais refletem transformações sociais mais amplas.

Em síntese, o artigo de Medeiros (2010) propõe uma abordagem inovadora para o estudo da edição, destacando a necessidade de uma perspectiva histórica e sociológica que reconheça a natureza adaptativa e influente do campo editorial. Essa visão proporciona uma compreensão mais rica e complexa dos processos que moldam a produção e a circulação de conhecimento na sociedade.

4 O EDITOR COMO MEDIADOR INTELECTUAL

No estudo apresentado por José de Souza Muniz Jr. (2019), o papel do editor é reavaliado sob a perspectiva de mediador intelectual, destacando a complexidade e a

importância dessa figura no processo editorial. O autor argumenta que o editor não é apenas um agente de mercado, mas também um intermediário cultural que influencia significativamente a produção e disseminação de conhecimento.

Muniz Jr. (2019) explora o conceito de “ilusão de óptica” no espaço editorial, sugerindo que as práticas editoriais muitas vezes criam uma percepção distorcida do campo literário, onde a visibilidade e a legitimidade das obras são influenciadas por fatores que vão além da qualidade literária. Ele enfatiza que o editor exerce um papel crucial na seleção e promoção de textos, atuando como um filtro que determina quais obras são publicadas e como são apresentadas ao público.

O autor discute a dinâmica entre editores, autores e leitores, ressaltando como os editores podem moldar o gosto literário e definir tendências no mercado. Ele também aborda os desafios enfrentados pelos editores na contemporaneidade, como a necessidade de equilibrar interesses comerciais com a responsabilidade cultural.

Muniz Jr. (2019) propõe uma abordagem teórico-metodológica que considera o espaço editorial como um campo de disputa simbólica, onde diferentes agentes lutam por reconhecimento e influência. Ele sugere que essa perspectiva pode ajudar a compreender melhor as complexas interações que ocorrem no processo editorial e a reconhecer o papel estratégico dos editores como mediadores intelectuais.

Em resumo, o trabalho de Muniz Jr. (2019) oferece uma visão aprofundada do papel multifacetado dos editores, destacando sua influência no campo literário e a importância de uma abordagem crítica que revele as nuances do espaço editorial como um ambiente de mediação cultural e simbólica.

5 O LIVRO COMO UM PRODUTO DA INDÚSTRIA CULTURAL

No artigo, Isabel Travancas (2019) analisa o livro como um produto da indústria cultural, explorando como esse objeto transcende seu valor literário para se tornar parte de um complexo sistema econômico e social. Travancas (2019) argumenta que o livro deve ser entendido não apenas como uma obra de arte ou expressão intelectual, mas também como um produto que circula em um mercado regulamentado por dinâmicas de produção, distribuição e consumo.

A autora destaca a dualidade do livro como produto cultural e mercadoria, enfatizando o papel das editoras, livrarias e outros agentes na cadeia produtiva do livro.

Travancas (2019) discute como as forças de mercado influenciam quais livros são publicados, promovidos e tornados acessíveis ao público, moldando assim o panorama cultural.

Travancas (2019) também explora o impacto das tecnologias digitais na indústria do livro, observando como essas inovações estão transformando práticas tradicionais de leitura e publicação. Ela aponta que, embora as tecnologias digitais ofereçam novas oportunidades para autores e leitores, elas também apresentam desafios, como a pirataria e a necessidade de adaptação das editoras às novas mídias.

Além disso, a autora aborda a questão da acessibilidade e inclusão no mercado editorial, sugerindo que a indústria do livro deve buscar formas de ampliar o acesso à leitura e promover a diversidade cultural. Travancas (2019) ressalta a importância de políticas públicas e iniciativas que incentivem a produção e distribuição de livros em contextos diversos e para audiências variadas.

Em linhas gerais, o trabalho de Travancas (2019) oferece uma visão abrangente do livro como um produto da indústria cultural, destacando as complexidades e interações entre os aspectos econômicos, sociais e culturais que definem o mundo do livro e influenciam a experiência de leitura na sociedade contemporânea.

6 EXPECTATIVAS E DEMANDAS DA PUBLICAÇÃO EDUCACIONAL

No artigo, Tian e Martin (2013) analisam as mudanças na cadeia de valor da publicação educacional, destacando como as transformações tecnológicas e as demandas do mercado estão reformulando o setor. Os autores argumentam que a publicação educacional está passando por ajustes significativos em resposta às novas expectativas de consumidores e instituições educacionais.

Tian e Martin (2013) exploram como as editoras educacionais estão adaptando seus modelos de negócios para integrar tecnologias digitais, que oferecem novas formas de produção, distribuição e consumo de conteúdos educacionais. Eles discutem o impacto das plataformas on-line e dos recursos digitais, que ampliam o acesso ao material educacional e facilitam a personalização da aprendizagem.

Os autores também abordam as mudanças na estrutura da cadeia de valor, observando como as relações entre autores, editores, distribuidores e consumidores estão sendo redefinidas. Eles enfatizam a importância da flexibilidade e inovação para as

editoras, que precisam responder rapidamente às evoluções tecnológicas e às mudanças nas necessidades educacionais.

Além disso, Tian e Martin (2013) destacam os desafios enfrentados pelo setor, como a pressão por preços mais baixos e a necessidade de garantir a qualidade e a relevância dos materiais educacionais em um ambiente competitivo. Eles sugerem que o sucesso das editoras educacionais dependerá de sua capacidade de implementar estratégias que equilibrem eficiência econômica com a satisfação das demandas educacionais.

De forma sucinta, o artigo de Tian e Martin (2013) oferece uma visão detalhada dos ajustes na cadeia de valor da publicação educacional, ressaltando a importância da adaptação e inovação em um cenário em constante transformação. Eles concluem que as editoras que conseguirem alinhar suas operações às novas realidades tecnológicas e educacionais estarão melhor posicionadas para prosperar no futuro.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os autores revisados oferecem perspectivas valiosas sobre o campo da produção editorial, destacando tanto desafios quanto oportunidades. Bourdieu (2018) critica a “revolução conservadora” na edição, enfatizando a pressão econômica que ameaça a diversidade cultural, enquanto Medeiros (2010) propõe uma sociologia histórica da edição que reconhece a edição como um “objeto dúctil”, adaptável a contextos diversos. Muniz Jr. (2019) redefine o papel do editor como mediador intelectual, e Travancas (2019) explora a dualidade do livro na indústria cultural. Por fim, Tian e Martin (2013) abordam as mudanças na publicação educacional, ressaltando a importância da inovação.

Em comum, esses autores sublinham a necessidade de equilibrar interesses comerciais com responsabilidade cultural, promovendo a diversidade e a inclusão no campo editorial. Assim, podemos definir o campo da produção editorial como um fenômeno dinâmico e multifacetado, em que interagem forças econômicas, sociais e culturais que moldam o panorama literário e educacional, destacando a pertinência dos editores na mediação e promoção do conhecimento.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. Uma revolução conservadora na edição. **Política e Sociedade**, Florianópolis, v. 37, n. 19, p. 198-249, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2017v17n39p198>. Acesso em: 15 mar. 2025.

MEDEIROS, Nuno Miguel Ribeiro de. O objecto dúctil: a emergência de uma sociologia histórica da edição. **Tempo Social**, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 241–261, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-20702010000200012>. Acesso em: 15 mar. 2025.

MUNIZ JR., José de Souza. O editor como (mediador) intelectual e o espaço editorial como ilusão de óptica: apontamentos teórico-metodológicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0068-1.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2025.

TIAN, Xuemei; MARTIN, Bill. Value Chain Adjustments in Educational Publishing. **Publishing Research Quarterly**, [S. l.], v. 29, p. 12-25, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12109-012-9303-2>. Acesso em: 15 mar. 2025.

TRAVANCAS, Isabel. El libro: un producto de la industria cultural. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE ANTROPOLOGÍA AIBR, 1., 2015. Madrid. **Anuario de Antropología Iberoamericana – ARIES**. Madrid: AIBR, 2019. Disponível em: <https://aries.aibr.org/articulo/2019/20/2335/el-libro-un-producto-de-la-industria-cultural>. Acesso em: 15 mar. 2025.