

O prestígio na capa: a construção jornalística da figura do editor de livros no suplemento *Sabático* (2010-2013)¹

Mariana Scalabrin Müller²

Cida Golin³

UFRGS

Resumo: Este artigo busca identificar os índices de prestígio acionados pelo suplemento *Sabático* (2010-2013) na construção jornalística da figura do editor de livros feita a partir da capa, espaço emblemático de consagração. Após mapeamento e análise de todas as 160 capas do extinto suplemento do jornal *O Estado de S. Paulo*, delimitamos nosso corpus a seis edições que tiveram na página principal um editor de livros. O aporte qualitativo da análise de Conteúdo (AC) e o tensionamento com o referencial teórico apontaram para três categorias regulares e sistemáticas que respondem, no coletivo, à construção prestigiosa desses editores: Formação, Rede de Relações e Catálogo.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Suplemento cultural. *O Estado de S. Paulo. Sabático*. Editor de livros.

1. Introdução

O *Sabático* foi lançado, pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, em março de 2010 a partir de uma proposta de recriar o *Cultura*, publicado aos domingos. A iniciativa se transformou, conforme Costa (2012), em um novo caderno voltado especificamente para os livros, e publicado aos sábados. Em meio ao período de mudanças que atingiram os jornais impressos em todo o mundo, a publicação foi apresentada oficialmente como um resgate do tradicional *Suplemento Literário de O Estado de S. Paulo* (1956-1974). Em abril de 2013, o *Sabático* deixou de circular em outra reformulação editorial a qual o *Estadão* se submeteu.

O presente artigo, fruto de uma dissertação de mestrado, sintetiza parte dos resultados da análise de seis entrevistas com editores de livros realizadas pelo suplemento. Este *corpus* de pesquisa foi definido a partir de uma indexação panorâmica das 160 edições publicadas ao longo de três anos de *Sabático*. A panorâmica apontou que a maior parte das capas (74%) centrou-se em um sujeito. Apesar da presença dos editores ser numericamente inferior à dos escritores – que representam 86% do total –, entendemos que os editores

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS. Jornalista, editora-chefe do programa Estação Cultura da TVE-RS.

³ Doutora em Letras, Professora do PPGCOM/UFRGS. Pesquisadora CNPq.

ganharam expressão nas páginas do caderno, uma vez que ocuparam o espaço de maior hierarquia da publicação.

Os editores entrevistados são, em ordem de publicação: Luiz Schwarcz, da Companhia das Letras; Jacó Guinsburg, da Perspectiva; Sergio Machado, da Record; Roberto Feith, da Objetiva; Alexandre e Evandro Martins Fontes, responsáveis, respectivamente, pelas editoras WMF – Martins Fontes e Martins Fontes – Selo Martins; Charles Cosac, da Cosac Naify⁴. Com o aporte da Análise de Conteúdo, nosso objetivo é problematizar o modo como o jornalismo constrói a figura desses editores em suas páginas.

2. A construção jornalística dos editores de livros: pressupostos

Baseado em um contrato que tem valor fiduciário, o jornalismo é capaz de legitimar e deslegitimar, conferir visibilidade ou silenciar, formando supostos consensos sobre a cultura de uma época (HALL, 1999). Entendemos, conforme Miguel (1999), que a convicção que leitores e espectadores depositam nas notícias e nas reportagens faz com que o jornalismo também possa ser compreendido como um sistema perito. Ao fazer uso de outros sistemas de excelência, funciona ainda como um metassistema perito. Nesse processo, confere visibilidade e, ao mesmo tempo, coloca em dúvida a reputação daqueles que são preteridos.

De forma específica, os suplementos culturais são um espaço de prestígio dentro do jornal, capaz de transferir capital simbólico para agentes e produtos, atuando como um mediador – que indica o que há de relevante – para o público. O fato de serem publicados semanalmente os distancia da lógica diária das notícias, e permite a publicação de outros formatos, como ensaios e artigos (GOLIN et al., 2013). Frequentemente, atuam como um metassistema perito, referendando outros sistemas de excelência, as universidades, por exemplo. Estar na capa, local hierarquicamente mais importante de uma publicação, é sinônimo de reconhecimento público (GADINI, 2009) e de distinção social.

Para problematizar o jornalismo feito neste espaço distinto – dedicado aos livros, aos escritores e ao mercado editorial – utilizamos algumas reflexões de Bourdieu (2008) acerca do capital simbólico no campo cultural e intelectual. Nosso objeto, como já

⁴ Cinco entrevistas foram publicadas no formato pergunta e resposta, o pingue-pongue, acompanhadas de um texto curto de apresentação feito por jornalistas. Uma delas, com Jacó Guinsburg, foi publicada em texto assinado pelo jornalista Antônio Gonçalves Filho no estilo perfil.

mencionamos, utiliza-se da personalização como um recurso central – 74% das capas são dedicadas a um sujeito. E aqui voltamos nosso olhar para os editores.

Cercamos, ainda que brevemente, o contexto da economia editorial (BENHAMOU, 2007; TOLILA, 2007). A reflexão de Thompson (2013) acerca dos diferentes capitais necessários à manutenção de uma editora, por exemplo, é central em nossa pesquisa. A partir de Bragança (2005), Chartier (2008) e da lógica do “banqueiro simbólico” (BOURDIEU, 2008), iluminamos nossa figura central, o editor de livros. Consideramos emblemática a seguinte definição de Chartier (1998, p.53): “empreendedor singular que se vê também como um intelectual e cuja atividade se faz em igualdade com a dos autores”.

A seguir, apresentamos a análise de nosso corpus – seis entrevistas com editores de livros publicadas na capa do *Sabático*. A partir da leitura e de anotações sistemáticas, identificamos três índices analíticos regulares: *Formação*; *Rede de Relações*; *Catálogo*. Essas categorias sistemáticas circundam diferentes aspectos desses editores. Respondem, no coletivo, à construção da figura prestigiosa de um editor de livros.

3. Análise: Formação, Rede de Relações, Catálogo

3.1 Formação

Esta primeira categoria reúne elementos utilizados frequentemente na descrição de caráter pessoal dos editores. Ao destacar determinados aspectos da personalidade, do cotidiano e das competências desses profissionais, o jornalismo constrói uma figura prestigiada em suas páginas. Ao conceder visibilidade a determinados elementos que envolvem a formação desses profissionais, o suplemento cultural acaba por indicar, também, indícios de formação de competência ou o que é necessário para ser um editor consagrado.

Isso acontece, em primeiro lugar, porque os editores que compõem nosso *corpus* detêm um poder institucional relevante, uma vez que comandam editoras representativas no mercado, cujos livros e autores conquistaram também a página mais importante do suplemento. Considerando a importância dada à cultura letrada, possuem *status* e posição privilegiada, o que confere credibilidade ao que falam (HALL, 1999). Em alguma medida, a ênfase dada a esses editores alude ao apontamento de Lipovetsky e Serroy (2011) sobre a criação dos sujeitos célebres, as “estrelas”, pelas indústrias culturais. A leitura analítica das

entrevistas permite identificar dois índices principais destacados pelo jornalismo: a *habilidade intelectual* e a *herança familiar*.

Esses aspectos giram em torno de dois pontos fundamentais na compreensão do que é um editor: o conhecimento e a autoridade. Esse profissional precisa deter um conhecimento, baseado na leitura prévia, que o torna apto a discernir entre obras boas e ruins. Para manter sua autoridade enquanto sujeito capaz de selecionar títulos e distinguir autores de referência, os entrevistados enfatizam o desenvolvimento da competência, conquistado pela formação diferenciada ou pelo lastro familiar. Nas seis entrevistas, percebe-se a relevância dada a fatores como a leitura, distinções acadêmicas e experiência profissional, atrelados ao êxito das empresas. É importante dizer que esses editores – e seus selos – são uma instância de legitimação da qualidade artística, em especial para autores iniciantes. A familiaridade com a *leitura* desponta no *corpus*, em muitos casos, em memórias que remontam à infância ou à adolescência, como no caso de Roberto Feith, da Objetiva:

O meu sonho profissional era ser jornalista de *imprensa escrita*; entrei para a TV por mero acaso. Mas sempre fui um *leitor voraz, rato de livraria* (FEITH, 2012, p.4, grifo nosso).

A *herança familiar* é outro eixo que norteia essa categoria. Duas entrevistas dedicam espaço considerável ao tema. São de editores que sucederam seus pais no comando da empresa da família: Sergio Machado, da Record; os irmãos Alexandre e Evandro Martins Fontes. A ênfase ao que foi herdado, ao que remete à memória, remonta a uma das conclusões de Souza (2012) sobre o fato da cobertura do *Sabático* prezar pela *tradição*, preferindo aquilo que já está referendado e pela *perenidade*, visibilizando produções com valor quase atemporal. A referência às ações paternas também aponta para um prestígio acumulado ao longo de anos e que agora é oferecido como garantia aos filhos, enquanto profissionais, dentro da concepção de banqueiro simbólico (BOURDIEU, 2008). Já no texto de capa das entrevistas, é possível perceber alguns elementos que corroboram essa lógica:

Embora atuando separadamente desde 2009, os irmãos Evandro e Alexandre Martins Fontes se mantêm *fiéis à orientação do pai*, Waldir, que deu início ao negócio: apostar em *obras de referência* (O ESTADO DE S. PAULO, 2013a, p.4, grifo nosso).

Nosso *corpus* evidencia que, muitas vezes, o suplemento apresenta um viés romantizado a respeito da sucessão empresarial. A transição do comando é descrita – nos

textos de abertura ou em segmentos destacados pela edição jornalística – como algo natural, que não foi permeado por conflitos ou pelo desinteresse dos herdeiros pelo segmento. Nesse momento, são utilizadas expressões como “vocação”, “seguir os passos” ou “oferta”. Algumas das respostas dos editores apontam, no entanto, para uma imposição dos fundadores em rela o   sucessão.

Ao ser questionado se escolheu livremente trabalhar na editora, Sergio Machado, da Record, respondeu com ironia – uma proposta que não poderia recusar – citando um trecho do filme *O Poderoso Chef o*: “I had an offer I couldn’t refuse. My father made me an offer I couldn’t refuse” (MACHADO, 2012, p.4). No total, a entrevista de Sergio Machado teve 38 perguntas publicadas e, em onze delas, o assunto principal é a história da editora, referente à a o de seu fundador e   sua rela o como sucessor. No caso dos irmãos Martins Fontes, sete das 29 perguntas dizem respeito   questão histórica. Esses dados quantitativos evidenciam o modo como o jornalismo destacou amplamente uma temática em detrimento de outras. Nas duas entrevistas, foram utilizadas imagens dos fundadores das empresas, mais uma forma do jornal reiterar aquilo que sobrevive ao passar do tempo, que   tradicional. Assim, ser herdeiro ou afiançar o legado deixado pela família é uma característica enfatizada na trajetória desses editores como algo positivo e relevante.

A questão do legado também aparece no caso de Luiz Schwarcz, que fundou a Companhia das Letras, e de Jacó Guinsburg, criador da Perspectiva. O texto de abertura da entrevista de Schwarcz, na página central, acentua a “origem judaica”. O editor também faz referência   família, ao falar de suas obras de fic o. No caso de Guinsburg, que inclusive publica literatura  diche, a proximidade com a cultura judaica é enfatizada em momentos distintos ao longo da narrativa assinada pelo repórter Antonio Gonçalves Filho:

Vindo da Bessarb bia com 3 anos, *ele freqüentava na adolescência o clube judeu Cultura e Progresso no Bom Retiro*, depois transformado na Casa do Povo⁵. ‘Devia ter uns 12 ou 13 anos quando assisti a uma peça antirreligiosa *em plena época das festas judaicas*’, conta, rindo (GONÇALVES FILHO, 2012, p.5, grifo nosso).

Essa primeira categoria permite, portanto, algumas inferências sobre o modo como o suplemento constrói a figura desses editores. O primeiro aspecto é a *tradi o*. Aquilo que remete à memória ou   herança familiar ganha espaço e destaque jornalístico, sendo apresentado como fator essencial para o desenvolvimento da empresa. Algumas entrevistas,

⁵ Espaço criado em 1953 no bairro Bom Retiro, em São Paulo, em memória dos que morreram nos campos de concentra o nazistas. Segundo o material institucional da Casa do Povo, seus criadores vieram da Europa Oriental, falavam  diche e defendiam uma cultura laica. Material disponível em: casadopovo.org.br Acesso em: Janeiro de 2015.

especialmente a de Sergio Machado e a dos irmãos Martins Fontes, reforçam isso. O segundo aspecto refere-se à questão intelectual. Apesar das diferentes abordagens, o *conhecimento* surge como um pilar fundamental para esses profissionais – seja de arte, como Charles Cosac, ou de jornalismo, caso de Roberto Feith. O último ponto enfatizado como determinante na personalidade desses editores é a *habilidade de leitura* formada desde a infância. Nesse quesito, é possível distinguir posicionamentos distintos daqueles que são herdeiros e dos editores que criaram suas empresas. Os primeiros ancoram-se na tradição, enquanto os demais reforçam o viés da criação, relacionado às suas competências.

Essas características, selecionadas pelo *Sabático*, apresentam-se como índices de prestígio, uma vez que são fundamentais para que esses profissionais se mantenham em posição de autoridade, baseada no conhecimento e na tradição, para avaliar a qualidade artística das obras. Ao conferir significado a esses aspectos, o jornalismo, conforme Hall (1999), constrói um mapa que permite identificar valores consensuais sobre o que é ser um editor prestigiado. O recorte analisado indica que, para ocupar tal lugar, é preciso ser *leitor qualificado* e, se possível, estar ancorado na *tradição*.

3.2 Rede de Relações

Os sujeitos com quem o editor de livros mantém relação estreita constituem outro importante índice. Assim como os editores podem empenhar sua reputação a favor de uma obra ou de um escritor iniciante, esses profissionais também se apoiam em outros sujeitos prestigiados. Bourdieu (2008) apontou, ainda que brevemente, a capacidade do jornalismo de atuar na transferência de capital simbólico. Seguindo esse raciocínio, consideramos que estamos nos referindo a um espaço distinto, o suplemento, capaz de atuar nessa transferência entre agentes e produtos.

A *Rede de Relações* dos editores entrevistados abrange diferentes aspectos: catálogo, desenvolvimento profissional, questões econômicas e sistemas de excelência são alguns deles. Os exemplos abaixo evidenciam como as conexões dos editores podem afetar a formação do *catálogo* de suas empresas. Destaca-se, aqui, a importância das relações com agentes e editoras internacionais, que parecem ter papel decisivo neste contexto:

Não quero tirar o mérito do outro editor, mas eu já *era bem amigo da Liz Calder* (editora inglesa que descobriu J.K. Rowling) na época. Ou seja, tive a informação do sucesso de Harry Potter muito antes de virar fenômeno (SCHWARCZ, 2011, p.4, grifo nosso).

Eu tinha *muito contato* com a Yale University Press, e ela *abriu portas* para mim. Licenciei vários livros da Yale quando John Nicoll estava lá. Como minha editora era pequenininha, era difícil quebrar nichos – e eu precisava de muitas *cartas de referência e de crédito* (COSAC, 2013, p.4, grifo nosso).

Há cinco anos *descobri por meio de um amigo* a obra da pintora Eleonore Koch, cujo livro sai agora em maio. Quando vi pela primeira vez uma tela sua, me deu um frio na espinha. O livro de Lore Koch estava com outra editora e não entraria jamais em concorrência para ter o direito de publicá-lo. Felizmente, o advogado da artista *me procurou oferecendo o título* (COSAC, 2013, p.5, grifo nosso).

Charles Cosac associa o tamanho reduzido de sua editora na época da criação com certa dificuldade na aquisição de títulos. Ele menciona a necessidade de “cartas de referência e de crédito” para publicar. No trecho seguinte, conta que os direitos sobre a obra da pintora Eleonore Koch foram oferecidos a ele pelo advogado da artista. Há uma grande diferença entre as duas situações, separadas pelo tempo e pela sedimentação da Cosac Naify no mercado. Podemos dizer que os dois depoimentos sobre períodos distintos evidenciam o quanto o prestígio e o reconhecimento público são capazes de atuar no contexto de relações editoriais.

A entrevista de Jacó Guinsburg também denota a força da rede de sociabilidade, dessa vez no desenvolvimento profissional do editor em questão. A narrativa jornalística conta que a carreira de Guinsburg, como professor de artes dramáticas na Universidade de São Paulo, perpassa a história do *Suplemento Literário de O Estado de S. Paulo*. A sequência de fatos narrados na matéria faz das conexões com sujeitos um eixo fundamental na carreira desse editor. Quando fundou a sua editora, a ajuda de parceiros foi decisiva: “Ela começou como uma sociedade fechada com muitos sócios, entre eles Celso Lafer⁶ e José Mindlin⁷, que nos ajudou em muitos outros momentos de crise, como nos anos 1970, quando quase fomos à barrocada” (GONÇALVES FILHO, 2012, p.5). A partir da trajetória de Lafer e Mindlin – o primeiro foi ministro em dois governos, enquanto o segundo era um empresário importante do setor automotivo – podemos perceber que essa proximidade denota, também, a importância do *poder econômico e simbólico* na trajetória de Jacó, indo

⁶ Jurista e professor da USP, Celso Lafer foi ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio em 1999. É membro da Academia Brasileira de Letras e foi duas vezes ministro das Relações Exteriores, em 1992 e 2001. Atualmente, é presidente do Conselho Superior da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

⁷ Empresário do setor de peças para automóveis, advogado e escritor. De origem judaica, José Mindlin também foi membro da Academia Brasileira de Letras. Colecionador de livros raros, Mindlin reuniu mais de 30 mil títulos. A coleção do bibliófilo foi doada à Universidade de São Paulo e está em uma biblioteca que leva seu nome e de sua esposa, Guita.

além do campo da cultura. E essa movimentação é reforçada pelo material jornalístico, que visibiliza tais aspectos, destacando-os como fundamentais na compreensão do que é um editor consagrado.

As relações que circundam o capital econômico das editoras são fundamentais para a compreensão dos indivíduos que as comandam. Isso se deve à importância desse aspecto para a manutenção das empresas e também a algumas particularidades do mercado brasileiro. No caso dos programas de compras de títulos pelo governo, responsáveis por boa parte dos exemplares vendidos no país, percebe-se certa ambiguidade no modo de dizer dos entrevistados, que ao mesmo tempo se aproximam e se distanciam dessas ações.

Os programas de apoio são sempre *interessantes, complementares*. Agora não vejo que isso vá mudar a história dos autores já consagrados. Mas o governo tem um papel importante, sobretudo o de São Paulo, que tem um programa ambicioso: de dar o livro (MACHADO, 2012, p.5, grifo nosso).

Apesar dos dados – o governo adquiriu 200,30 milhões de exemplares em 2010, quase a metade da produção nacional –, o editor não assegura um papel central para essa ação. Eles tendem a tangenciar a questão, afirmando que “incomoda menos” ou é “complementar”. Denotam, em alguma medida, que preferem manter uma posição mais independente, jamais demonstrando resignação ou dependência em relação à venda para o governo. Trata-se de um misto de autoridade e subserviência para manter seu capital simbólico.

Quando a conexão se dá com marcas hegemônicas em seus mercados, como Amazon, Apple ou Google, o posicionamento é outro. Primeiro, porque os editores querem dizer que estão em negociação com essas empresas, então relatam proximidade, e acabam respondendo a mais de uma pergunta sobre o tema. Algo parecido acontece quando o assunto é a tecnologia, novos formatos, os livros digitais em si. Abordar essa questão é um modo de se mostrar atualizado, ciente das mudanças tecnológicas. Mais uma forma, então, de manter o capital simbólico adquirido.

Nós, brasileiros, estamos numa posição *muito melhor que a Random House*. Podemos *dizer para a Amazon* o que eles não podem (MACHADO, 2012b, p.5, grifo nosso).

O e-book está aí e veio para ficar. *Não tem um editor no mundo que possa se dar ao luxo de não dar atenção para esse assunto* (FONTES, 2012a, p.5, grifo nosso).

Outro ponto fundamental são os sujeitos reconhecidos. Essa associação acontece em todas as entrevistas, de maneira mais ou menos evidente. Em algumas delas, como na de Luiz Schwarcz, o editor aparece em fotos com figuras célebres: a escritora Lygia Fagundes Telles e o português José Saramago, vencedor do prêmio Nobel de literatura. A presença dos dois, considerados cânones, colabora para a composição do editor enquanto um profissional habilitado para identificar autores de qualidade. Ao mesmo tempo, são sujeitos conhecidos do público. Ao associar o editor à imagem deles, o *Sabático* aproxima o entrevistado de seus leitores. Utiliza-se, assim, da personalização enquanto um recurso capaz de gerar identificação com quem acessa esse conteúdo.

É interessante a relevância dada, nas respostas de Schwarcz, à ligação com uma das mais importantes orquestras sinfônicas do país, a Osesp⁸, e, por consequência, com a cultura erudita a partir da música clássica, além da referência à Festa Literária Internacional de Paraty (Flip)⁹. Enquanto ocupa dezoito linhas para falar da Osesp e Flip, o editor afirma, em uma única linha, não se aproximar das entidades que representam os editores de livros, sem ao menos citá-las. Percebe-se, a partir dos conteúdos editados, um distanciamento dessas instituições.

A entrevista de Roberto Feith permite análise semelhante. Também em uma referência ao catálogo e à proximidade com o mercado editorial internacional, o caderno publicou uma foto do editor com John Freeman, da revista britânica *Granta*¹⁰. A Objetiva lançou uma versão brasileira da publicação, com textos de jovens autores, e a foto foi feita no lançamento da edição. Nesse caso, tanto a presença do editor inglês quanto a marca da revista – uma referência na área editorial em todo o mundo – atuam na construção da figura de Feith como profissional qualificado e renomado.

A partir disso, é interessante perceber o modo como o jornalismo confere visibilidade a determinados sistemas de excelência, atuando como metassistema perito (MIGUEL, 1990). A relevância dada à revista *Granta*, à Osesp e ao escritor Saramago são bons exemplos. Os três angariaram, ao longo do tempo, mérito e prestígio em suas áreas, o

⁸ A Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp) iniciou suas atividades em 1953 e a lei estadual que regulamenta seu funcionamento é do ano seguinte, 1954. Entre os membros instituidores da Fundação Osesp estão o ex-presidente da República Fernando Henrique Cardoso e o editor Luiz Schwarcz. Informações disponíveis em: www.osesp.art.br/paginadinamica.aspx?pagina=linhadotempo Acesso em: Janeiro de 2015.

⁹ A primeira edição da Festa Literária Internacional de Paraty (Flip) ocorreu em 2003, com a presença de autores renomados como Eric Hobsbawm. O evento acontece em Paraty (RJ), anualmente, e foi idealizado pela editora inglesa Liz Calder. Informações disponíveis em: www.flip.org.br e www.paraty.tur.br/flip.php Acesso em: Janeiro de 2015.

¹⁰ Revista criada em 1889 por alunos da Universidade de Cambridge, na Inglaterra, a “The Granta” publicou os primeiros textos de autores importantes como Ted Hughes e Sylvia Plath. É considerada uma das publicações literárias de maior prestígio. A Editora Objetiva publica, pelo selo Alfaguara, várias edições da revista no Brasil.

que os aproxima da excelência técnica. Ao conceder visibilidade a esses sistemas – e não a outros –, o suplemento aciona a crença do público na legitimidade que adquiriram. Ou seja, afiançar sua relevância implica em dizer que os editores a eles relacionados também o são.

Podemos afirmar, a partir desta categoria, que os editores entrevistados pelo *Sabático* buscam apoiar sua imagem em sujeitos e instituições que detêm prestígio, o que é visibilizado pelo suplemento. Do ponto de vista *econômico*, estamos falando de empresas ou empresários de grande porte, com relevância nacional e internacional. O caráter grandioso de alguns (Google, Amazon, Apple e Penguin, por exemplo) sugere a ideia de igualdade em relação ao tamanho desses editores, no sentido de que só quem é grande é capaz de aproximar-se de gigantes. Essa relação faz com que as empresas comandadas pelos entrevistados se alimentem do prestígio obtido pelos editores e cresçam com ele.

As referências encontradas no texto e nas fotos remetem a sistemas de excelência, sejam eles autores renomados, uma revista ou um evento. Mesmo quando a associação não é com o campo editorial, caso da Oesp, identifica-se algo em comum: a *cultura legitimada, erudita em alguns casos*. Evidenciam-se ainda valores caros ao *Sabático*, como a cultura letrada, o livro e a tradição. Não é possível identificar, por exemplo, uma associação desses editores a elementos atrelados à cultura de outros matizes, como o *hip hop*, ou a escritores do meio digital, como blogueiros. Unem-se ao que é referência, ou seja, àquilo que já passou por diferentes instâncias de legitimação. E essa construção jornalística se dá em um espaço de distinção – o suplemento, capaz de apontar o que é relevante entre as produções artísticas, atuando como um intermediário no sistema cultural (SIRENA, 2014).

3.3 Catálogo

A função de um editor de livros implica, obrigatoriamente, na seleção do que será publicado. Os editores entrevistados pelo *Sabático* também carregam características de um *publisher*, que assume outras atividades, como a busca de autores para escreverem determinado título, o gerenciamento e a avaliação de riscos para a empresa. No Brasil, é comum acumular a ação de *publisher*, mais comercial, com a seleção de originais (OLIVEIRA, 2013). O viés tradicional da profissão remonta à ideia de um leitor qualificado, capaz de garimpar bons textos.

A originalidade de uma obra é um conceito importante na tentativa de definir a qualidade artística. São as instâncias de legitimação que costumam atuar fortemente nesse processo. Publicar títulos assinados por autores reconhecidos auxilia na formação do capital

simbólico de uma editora. Por esse motivo, como explica Thompson (2013), as editoras não abraçam de boa vontade a ideia de publicar livros de segunda categoria.

Diferentes índices de prestígio fazem referência aos títulos que esses editores – e por consequência, as empresas que comandam – decidem publicar. Podemos destacar duas grandes temáticas: os *autores* e os *tipos de livros*. O primeiro tema relaciona-se com a posição central do criador no processo de criação de valor. A capacidade de garimpar novos autores ou a compra dos direitos de títulos inéditos no Brasil são iniciativas centrais para as editoras:

Quando voltei ao Brasil conheci a obra do arquiteto Paulo Mendes da Rocha. Três editoras tentaram tirar o livro de mim e eu falei: *vocês estavam aqui há milhões de anos e não viram. Foi meu olhar estrangeiro que me permitiu ver aquilo que quem estava aqui não via* (COSAC, 2013, p.5, grifo nosso).

A fala editada dos entrevistados – e a narrativa jornalística, no caso de Jacó Guinsburg – evidenciam a descoberta, o pioneirismo e também alguma dificuldade inerente ao processo. Outro movimento interessante de distinção diz respeito aos escritores. Alguns deles acabam tendo seu nome usado como marca, uma grife de valor que legitima editores e selos. Conforme Bourdieu (2008), o valor distintivo de um produto depende da estrutura do campo em que está inserido. No mercado dos livros, diferentes fatores atuam nesse processo. Quando falamos de autores canônicos ou de referência, o nome costuma ser o suficiente para a evidência do prestígio imbuído. Percebemos isso nos seguinte trecho:

Mas a *importância* de Milton Hatoum, Bernardo Carvalho, Chico Buarque, Daniel Galera, Lourenço Mutarelli e outros que estamos publicando é equivalente à de Rubem (*Fonseca*). Por exemplo, um livro do Milton Hatoum, como *Dois Irmãos, já vendeu 70 mil exemplares* (SCHWARCZ, 2011, p.5, grifo nosso).

Apesar do editor da Companhia das Letras complementar a frase com as vendas de um título de Milton Hatoum, não há outros esclarecimentos sobre os autores mencionados. O editor apresenta esses autores como sujeitos renomados. Do ponto de vista jornalístico, evidencia a interlocução com um leitor que detém conhecimento sobre literatura. Na mesma lógica, Roberto Feith, da Objetiva, detalha o pensamento por trás da coleção *Plenos Pecados*: “Uma das razões de montar esse projeto era *atrair autores de renome* para uma editora ainda sem grande visibilidade ou trajetória consolidada” (FEITH, 2012, p. 5, grifo nosso). Criada por ele, a coleção foi definida como “uma série com autores de prestígio

escrevendo a respeito de temas mais palatáveis” (O ESTADO DE S. PAULO, 2012c, p.4-5). Entre os autores que assinam livros na coleção estão João Ubaldo Ribeiro, Zuenir Ventura, Luis Fernando Verissimo e João Gilberto Noll. A afirmação de Feith esclarece o quanto os autores publicados – e seu prestígio – podem ser fundamentais para uma editora, em especial nas recém-criadas.

Para compreender de que forma o prestígio cerca o catálogo das editoras, é preciso chegar aos *livros de ciclo longo e de ciclo curto*. O conceito foi desenvolvido por Bourdieu (2008) em referência ao mercado editorial francês. O objetivo era diferenciar editoras que produziam títulos de venda imediata – os *best-sellers* –, daqueles que necessitam de tempo e prestígio para garantirem as vendas. Thompson (2013) recorre à definição quando analisa o fato da venda logo após o lançamento ser sinônimo de sucesso editorial atualmente. Os irmãos Evandro e Alexandre Martins Fontes abordam o assunto, defendendo os livros de ciclo longo, mesmo posicionamento de seu pai, fundador da editora:

Alexandre falou bem: *é difícil dizer não* para um livro que vende 300 mil exemplares num curto espaço de tempo. Mas minha preocupação é com a *formação de um catálogo* e com a busca de *long-sellers* (FONTES, 2012b, p.4, grifo nosso).

Thompson (2013) e Benhamou (2007) afirmam que parte das editoras busca equilibrar títulos dos dois tipos para manter o capital simbólico e econômico. Os dados obtidos nas entrevistas indicam que a estratégia realmente é utilizada, mas existe certo receio de admitir esse recurso. As críticas aos *best-sellers* e a defesa dos livros de tempo longo são recorrentes na fala editada e publicada no *Sabático*. Da mesma forma, o número de exemplares vendidos, geralmente maior em livros de tempo curto, é comemorado.

O ponto de vista econômico parece predominar na seleção jornalística, uma vez que parte significativa dos destaques – fotos e textos – diz respeito a títulos que venderam uma quantidade considerável. O suplemento reverencia, então, tudo que é notável e superlativo. As entrevistas que possuem barra inferior com imagens (todas as publicações, exceto a dedicada a Jacó Guinsburg) trazem informações referentes a sucessos de vendas. Encontramos aí um viés laudatório, que remete às informações institucionais publicadas nos sites das empresas.

Ao ser questionado se publicaria livros de Paulo Coelho, um campeão de vendas, Luiz Schwarcz (2011, p.4, grifo nosso) responde do seguinte modo: “Uma pergunta complicada, essa... Eu acho que, se a Companhia tivesse um outro selo, já teria publicado

Paulo Coelho. Mas no selo da Companhia acho que *não faríamos um bom trabalho para Paulo Coelho*”. Apesar de não explicar ou aprofundar a questão, a resposta indica que o autor não se encaixa no perfil da editora nem do seu público-alvo. Ao mesmo tempo, é possível perceber um grau de ambiguidade ou de ironia em sua fala. Isso porque, em outros momentos da entrevista, Schwarcz faz referência positiva a outras obras que venderam milhares de exemplares, como Harry Potter. Em um movimento semelhante, Charles Cosac critica o *best-seller Capitão Cueca*, um de seus recordistas de venda, indicado para publicação por sua irmã. Em contrapartida, no parágrafo seguinte, afirma que brigou para manter no catálogo a obra do arquiteto Paulo Mendes da Rocha¹¹, vencedor do Prêmio Pritzker, um dos mais destacados da arquitetura mundial. Aproxima-se, desse modo, de um sistema de excelência, como falamos na categoria anterior.

A análise de aspectos que circundam a questão do catálogo evidencia um ponto importante sobre a personalização dos editores entrevistados. Os livros são aproximados da figura deles de uma forma semelhante à dos escritores, responsáveis por sua criação. O prestígio desses editores – e de suas empresas – depende dos livros que escolhem publicar, uma vez que estamos falando de sujeitos autorizados a selecionar o que é bom e merece ser publicado. Por isso, também, todos fazem referência a autores legitimados a partir do nome, da grife que construíram. Ao mesmo tempo, os editores demonstram, a partir das matérias, algum constrangimento em se associarem a livros que vendem milhares de exemplares, mas de conteúdo questionável. A edição do suplemento diz que os *cânones* são importantes, porém evidencia os *recordistas de venda*. Esse movimento quase paradoxal aponta para o caráter central do superlativo para o jornalismo cultural, seja em relação aos cânones ou às vendas.

Do ponto de vista da construção jornalística da figura dos editores, podemos perceber que os *autores legitimados* e os *livros de ciclo longo* são importantes índices de consagração. Há, ao mesmo tempo, relativo afastamento dos *best-sellers*. Os editores apoiam seu prestígio no capital simbólico do catálogo que estruturam. E isso se dá porque sua função pressupõe *autoridade e leitura qualificada para escolher o melhor* para ser transformado em livro.

¹¹ Arquiteto e Urbanista formado pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, de São Paulo, nasceu em Vitória, Espírito Santo, em 1928. Foi professor da USP, cassado durante a ditadura militar. Recebeu o Prêmio Pritzker, considerado o mais importante da arquitetura mundial, em 2006. Informações disponíveis em: paulomendesdarocha.wordpress.com/perfil Acesso em: Janeiro de 2015.

Considerações finais

Concluimos, a partir do recorte analisado, que a figura dos editores de livros foi construída pelo suplemento reverenciando elementos de distinção distribuídos nos anos de formação, nas relações cultivadas ou no catálogo garimpado. Quando os entrevistados entendem que seu prestígio pode ser abalado, tergiversam. O jornalismo ampara esse movimento, apresentando ao público um sujeito ancorado naquilo que lhe interessa mostrar, transgredindo tal lógica em poucos momentos. Em geral, nota-se ausência de conflito nas entrevistas.

Cabe reforçar o viés positivo das trajetórias retratadas pelo *Sabático*. Nos perfis, os editores aparecem como sujeitos que conquistaram o sucesso e o capital simbólico necessário à atividade, ultrapassando poucos desafios – ou praticamente nenhum. São retratados no jornal sorrindo nas fotos ou com um semblante sério que denota competência, o que acentua o viés romantizado. Os títulos escolhidos pela edição jornalística reforçam o caráter distintivo. Mesmo em questões emergentes e complexas, como os livros digitais, não há ênfase ao embate, mas à solução. Os editores são retratados como sujeitos capazes de resolver questões de modo construtivo.

Ao afiançar a fala dos editores, o suplemento cultural cola o sucesso das editoras à capacidade de quem as comanda. São sujeitos prestigiados, tão capazes e bem relacionados, que têm atuação determinante para as empresas que lideram. O sucesso das editoras é atrelado aos elementos de distinção que cada editor de livros reúne. O *consenso jornalístico* proposto sobre os editores de prestígio abrange sujeitos que mantêm a herança familiar, têm formação erudita e desenvolvem competências, circulam no ambiente dos negócios, relacionam-se com pessoas e marcas renomadas e, por isso, são capazes de escolher os melhores textos, aqueles que são dignos de serem transformados em um objeto de valor referencial, o livro.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. n.15. São Paulo:PUC-SP, 2008.
- BENHAMOU, Françoise. **A economia da Cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

- _____. **A produção da crença:** contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3ª ed. Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.
- _____. **O Poder Simbólico.** 14ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- _____. **A distinção:** crítica social do julgamento. 2ª ed. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- BRAGANÇA, Aníbal. Uma introdução à história editorial brasileira. In: **Cultura** (Lisboa). II série, v. XIV, 2002, p. 57-83.
- _____. Sobre o editor. Notas para a sua história. In: **Em Questão**, v.11, n.2, jul./dez, 2005, p.219-237.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro:** do leitor ao navegador. São Paulo: Editora Unesp/ Imprensa Oficial do Estado, 1999.
- COSTA, Juliana Meres. **Sabático:** um novo tempo para a leitura? (A retomada do Suplemento Literário no Estado de S. Paulo). 2012. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural) – Instituto de Estudos da Linguagem e Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2012.
- FEITH, Roberto. “A pirataria online pode minar a produção do conhecimento”. Entrevistadores: Rinaldo Gama et al. **O Estado de S. Paulo:** São Paulo, 25 agosto 2012. Sabático, p. 4-5.
- FONTES, Alexandre Martins. Um legado a duas vozes. Entrevistadores: Rinaldo Gama, Antonio Gonçalves Filho e Maria Fernanda Rodrigues. **O Estado de S. Paulo:** São Paulo, 2 fevereiro 2013. Sabático, p. 4-5.
- FONTES, Evandro Martins. Um legado a duas vozes. Entrevistadores: Rinaldo Gama, Antonio Gonçalves Filho e Maria Fernanda Rodrigues. **O Estado de S. Paulo:** São Paulo, 2 fevereiro 2013. Sabático, p. 4-5.
- GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados:** a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.
- GOLIN, Cida ; CARDOSO, Everton. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITOS, Valério (Org.). **Economia da arte e da cultura.** São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010. p.184 a 203.
- _____ et al. O arquivo no espaço do efêmero: a consolidação do formato suplemento cultural na imprensa do RS em 1967. **Dossiê Mídia, Intelectuais e Política** – www.pos.eco.ufrj.br – ISSN 2175-8689 – v.16, n.2, p.107-124, mai./ago. 2013.
- GONÇALVES FILHO, Antonio. Editor dos grandes mestres [entrevista com Jacó Guinsburg]. **O Estado de S. Paulo,** São Paulo, fev. 2012. Sabático. p.4-5.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org). 2ª ed. **Jornalismo:** questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1999, p. 224-262.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo:** resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- LINDOSO, Felipe. Panorama do setor editorial brasileiro. In: **Revista Observatório Itaú Cultural.** São Paulo: Itaú Cultural, 2007. n. 17 (ago./dez.2014).
- LORENZOTTI, Elizabeth. **Suplemento literário:** que falta ele faz!: 1956-1974 do artístico ao jornalístico: vida e morte de um caderno cultural. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.
- MACHADO, Sergio. “Sou comprador e vendedor: é tudo uma questão de preço”. Entrevistadores: Rinaldo Gama, Maria Fernanda Rodrigues e Ubiratan Brasil. **O Estado de S. Paulo:** São Paulo, 26 maio 2012. Sabático, p. 4-5.
- MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. In: **Tempo social:** Revista de Sociologia, v.11, n.1, São Paulo: USP, 1999.
- O ESTADO DE S. PAULO. Sabático. Com a palavra, o editor: Rumo a uma nova estação editorial. **O Estado de S. Paulo:** São Paulo. 30 de julho de 2011. p.1, 4-5.
- O ESTADO DE S. PAULO. Sabático. No palco dos livros: Editor dos grandes mestres. **O Estado de S. Paulo:** São Paulo. 18 de fevereiro de 2012a. p.1, 4-5.

O ESTADO DE S. PAULO. Sabático. Profissão: editor: “Sou comprador e vendedor: é tudo uma questão de preço”. **O Estado de S. Paulo**: São Paulo. 26 de maio de 2012b. p.1, 4-5.

O ESTADO DE S. PAULO. Sabático. Horizonte editorial: “A pirataria online pode minar a produção do conhecimento”. **O Estado de S. Paulo**: São Paulo. 25 de agosto de 2012c. p.1, 4-5.

O ESTADO DE S. PAULO. Sabático. Vocação familiar: Um legado a duas vozes. **O Estado de S. Paulo**: São Paulo. 2 de fevereiro de 2013a. p.1, 4-5.

O ESTADO DE S. PAULO. Sabático. A arte de editar arte: Um editor e a arte de andar na contramão do mercado. **O Estado de S. Paulo**: São Paulo. 20 de abril de 2013b. p.1, 4-5.

SIRENA, Mariana. **O circuito artístico de Porto Alegre na década de 1950 a partir do jornalismo**: análise da coluna Notas de Arte, de Aldo Obino, no Correio do Povo. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014.

SCHWARCZ, Luiz. Rumo a uma nova estação editorial. Entrevistadores: Rinaldo Gama et al. **O Estado de S. Paulo**: São Paulo, 30 julho 2011. Sabático, p. 4-5.

SOUZA, Karla Beraldo de. **A tradição legitimada**: um estudo sobre o suplemento literário Sabático, do jornal O Estado de S. Paulo. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Bauru, 2012.

THOMPSON, John. **Mercadores de cultura**: o mercado editorial no século XXI. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia**: problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

TRAVANCAS, Isabel. **O livro no jornal**: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90. Cotia: Ateliê Editorial, 2001.