

## TENDÊNCIAS DO MERCADO EDUCACIONAL E SEUS EFEITOS NA PRODUÇÃO EDITORIAL DE MATERIAIS PREPARATÓRIOS PARA CONCURSOS

Carolina de Oliveira Gomes

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(carugomess@gmail.com)

Flaviane Faria Carvalho

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(flaviane.carvalho@unifal-mg.edu.br)

### Resumo

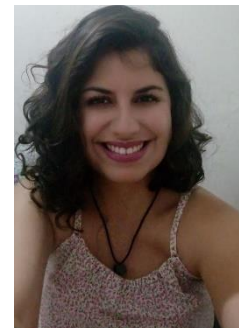
Este artigo apresenta um panorama da produção editorial de livros didáticos no Brasil, discutindo sobretudo a influência do mercado educacional no campo da editoração de materiais preparatórios para concursos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com enfoque na tradição editorial, bem como uma discussão calcada em observações, vivências e experiências pessoais adquiridas no segmento editorial, já que as habilidades concernentes ao trabalho em produção editorial são constituídas tanto no campo teórico e científico como, especialmente, ancoradas na prática, no próprio fazer editorial.

**Palavras-chave:** Produção editorial. Editoração. Livros didáticos. Mercado educacional. Mercado editorial.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

### Carolina de Oliveira Gomes

Licenciada em Letras pela Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG), com ênfase em Língua Espanhola, já atuou em diferentes modalidades de ensino, desenvolvendo ações interdisciplinares na área de cinema e cultura hispânica no Presídio Regional de Alfenas pelo projeto de extensão universitária CinEmoción. Também já participou como bolsista de projetos como o Programa de Educação Tutorial (PET/Conexões de Saberes - Letras) e o Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), o que lhe permitiu aprofundar estudos extracurriculares, metodologias e práticas de ensino e aprendizagem de Língua Estrangeira - Espanhol. Também foi professora de Língua Espanhola pela rede pública do Estado de Minas Gerais, atuando no projeto Escola Integral Integrada. Desenvolveu ações educacionais como bolsista no Programa Residência Pedagógica pela Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG) e atuou como revisora e preparadora textual na empresa Nova Concursos.



<http://lattes.cnpq.br/4920162636738771>



<https://orcid.org/0000-0002-7775-157X>

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

### Flaviane Faria Carvalho



É Professora Adjunta do Curso de Letras da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG). Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade de Lisboa (2012), mestre em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (2007) e graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Viçosa (2006). Tem experiência nas áreas de Linguística Aplicada e Comunicação Social, atuando principalmente nos seguintes temas: semiótica social, multimodalidade, análise crítica do discurso, multiletramentos, gêneros textuais, escrita acadêmica, roteiro e produção de documentário, editoração e assessoria de comunicação. Foi Analista de Treinamento do Grupo UOL Educação, Professora do SENAC-MG e do Curso de Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas. Atualmente, é Presidente do Conselho Editorial da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de Alfenas e membro do Grupo de Pesquisas Linguísticas Descritivas, Teóricas e Aplicadas (GPLin/UNIFAL-MG), do Laboratório de Estudos Críticos do Discurso (LabEC/UnB) e do Grupo de Estudos em Multiletramentos, Leitura e Textos (GEMULTE/UFES).



<http://lattes.cnpq.br/9640248340989530>



<https://orcid.org/0000-0002-0663-670X>



Grupo de Pesquisas Linguísticas Descritivas, Teóricas e Aplicadas

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

## TENDÊNCIAS DO MERCADO EDUCACIONAL E SEUS E FEITOS NA PRODUÇÃO EDITORIAL DE MATERIAIS PREPARATÓRIOS PARA CONCURSOS

Carolina de Oliveira Gomes<sup>1</sup>

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(carugomess@gmail.com)

Flaviane Faria Carvalho<sup>2</sup>

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(flaviane.carvalho@unifal-mg.edu.br)

### 1 Considerações iniciais

Determinar o campo da produção editorial não é tarefa fácil. As referências profissionais da área geram embates e são um assunto muito fragmentado, especialmente no meio acadêmico. Analisar, especialmente, a produção editorial de livros didáticos é juntar pecinhas pelo caminho, partes de um quebra-cabeça extenso e inesgotável, a fim de traçar um horizonte mais tangível a respeito de procedimentos e técnicas de edição desse campo tão esparso.

Aspectos como a indústria livreira em crise reconfiguraram a atuação de revisores e editores de texto, despontando diferentes seguimentos que sobrevivem na contramão das intempéries das grandes editoras. A exemplo disso, temos a produção editorial de didáticos e sistemas de ensino e o mercado preparatório para concursos que, diante de uma instabilidade no mercado editorial, ganharam dimensões profícuas de expansão.

---

<sup>1</sup> Graduada em Letras/Espanhol pela Universidade Federal de Alfenas. Atuou como Produtora Editorial na empresa Nova Concursos.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa, Mestre em Estudos Linguísticos pela UFMG e Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade de Lisboa. Atua como Professora do Departamento de Letras da Universidade Federal de Alfenas e Presidente do Conselho Editorial da Pró-Reitoria de Extensão da mesma universidade. É membro do Grupo de Pesquisas Linguísticas Descritivas, Teóricas e Aplicadas (GPLin/UNIFAL-MG), do Laboratório de Estudos Críticos do Discurso (LabEC/UnB) e do Grupo de Estudos em Multiletramentos, Leitura e Textos (GEMULTE/UFES).

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

É neste intermédio que o presente artigo se debruça, buscando compreender melhor o cenário contemporâneo da produção editorial, em especial, da edição de materiais didáticos e serviços educacionais, no qual o viés de atuação se distancia das referências tradicionais do mercado editorial.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com enfoque na tradição editorial, permeada por observações, vivências e experiências pessoais adquiridas no seguimento editorial, já que as habilidades concernentes ao trabalho em produção editorial são constituídas tanto no campo teórico e científico como, especialmente, ancoradas na prática, no próprio fazer editorial.

## 2 O Mercado Editorial de Livros Didáticos

### 2.1 Conceito de Livro Didático

Para pioneiros na descrição dos procedimentos da produção editorial, como Emanuel Araújo (2008), em *A construção do livro*, o livro é em sua definição essencial um símbolo histórico, entrecruzado por textos que possuem estabilidade de informação. Ou seja, a informação materializada no papel se consolida no tempo. O próprio imaginário de livro como registro do conhecimento outorga sentidos que nos levam a percebê-lo como algo que eterniza a memória da humanidade. Por isso, prezamos por sua durabilidade.

O lugar do livro no espaço educacional é ainda mais categórico: para além de sua função cultural indissociável da ideia de sedimentação do saber, define-se, sobretudo, como uma ferramenta que preza pela facilitação da apreensão de conhecimento. Inseparável, portanto, de uma função mediadora do conhecimento, e pedagógica porque se compõe de métodos didáticos que conferem a ele qualidades caracterizadas não só pelo conteúdo em si, mas pela sua forma, ou seja, pelo seu aspecto visual, pela maneira com que as informações ali registradas se apresentam.

O livro didático é, nesse sentido, segundo Bittencourt (2004, p. 302), caracterizado como um suporte para diversificados conceitos sistematizados em atividades, sugestões de trabalhos, exercícios e formas de avaliação de conhecimento, sendo muito difícil delimitá-lo.

Apesar de ser um objeto bastante familiar e de fácil identificação, é praticamente impossível defini-lo. Pode-se constatar que o livro didático assume ou pode assumir funções diferentes, dependendo das condições, do lugar e do momento em que é produzido e utilizado nas diferentes situações escolares. Por ser um objeto de 'múltiplas facetas', o livro didático é pesquisado

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

enquanto produto cultural; como mercadoria ligada ao mundo editorial e dentro da lógica de mercado capitalista; como suporte de conhecimentos e de métodos de ensino das diversas disciplinas e matérias escolares; e, ainda, como veículo de valores, ideológicos ou culturais (BITTENCOURT, 2004, p. 471).

Complementando a reflexão em busca de conceitualização de livro didático atual, Batista (1999, p. 529) reflete sobre seu valor para a sociedade, que o transformou em um objeto efêmero, caracterizado por se desatualizar rapidamente.

Segundo o autor, poucas vezes é relido e conservado nas prateleiras, uma vez que as suas informações impressas têm um tempo de vida útil. Geralmente, seu uso acompanha a duração do ano letivo escolar ou do curso para o qual é utilizado como ferramenta de ensino. O fato é que, para muitos, o livro didático é visto com grande valor como sendo altamente rico em conhecimento científico; já para outros tem serventia até o alcance de um dado objetivo, o qual tem um fim em si mesmo.

Ferraro (2011, p. 172), em seu estudo *Produção dos livros didáticos: uma reflexão sobre imagem, texto e autoria*, destaca uma importante reportagem a respeito, retirada do jornal *O Globo*:

Material estava em caçamba na periferia de Ribeirão Preto. Polícia foi ao local nesta tarde para investigar descarte. Livros didáticos da rede estadual de ensino de São Paulo foram encontrados no lixo, em Ribeirão Preto, a 313 km da capital paulista. A Polícia Militar esteve na tarde desta segunda-feira (26) no local para investigar por que todo o material foi descartado. Ainda não se sabe a quantidade de livros abandonados em uma caçamba de lixo na periferia da cidade, mas a estimativa inicial dá conta de que são milhares. A maior parte do material ainda não havia sido usada pelos alunos e muitos livros ainda estão embalados. São livros e apostilas de várias disciplinas do ensino médio, como filosofia, química, língua portuguesa e matemática.

Em nota, a Secretaria de Estado da Educação informou que vai investigar o caso e definir eventuais punições. A secretaria diz, ainda, que não falta material didático para os alunos da rede (O GLOBO, 26/10/2009).

Há impasses contraditórios despertados por essa reportagem. Assim como é apreciado com um instrumento fundamental para a aquisição de conhecimento, o livro também é visto como um produto facilmente descartado, sem critério ou regulamentação, por uma suposta obsolescência que adquire depois de consumido.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

Quando rememoramos, no entanto, os aspectos históricos da edição do livro, Araújo (2008, p. 39-41) menciona o esforço dos povos alexandrinos para tornarem uma obra final impecável. A preocupação com o rigor da edição tem origem na necessidade de tornar os textos definitivos e o conhecimento minuciosamente descrito. Essa tradição secular até hoje fundamenta a editoração<sup>3</sup> no seguimento editorial de obras gerais, contudo, para o segmento de materiais didáticos, a edição fica impraticável. O ciclo de uso do material didático é muito curto devido às constantes atualizações do mercado.

A partir desses diferentes pontos de vista, é notável a transformação do valor e do significado da aquisição de conhecimento pela sociedade, e de como o livro, como objeto, é suporte para diferentes usos e finalidades. Depreende-se, assim, a compreensão do livro didático como uma mercadoria, que busca, em primazia, oferecer um conhecimento pontual às expectativas de um mercado consumidor.

Essa lógica comercial de sentido descartável conduz ao questionamento de como se dá o processo de edição de livros didáticos, para compreendermos o atual cenário da produção editorial desses materiais.

## 2.2 Política Editorial e Regulamentação do Livro Didático

O livro didático circula na sociedade em diferentes possibilidades e formatos, distribuído pelo sistema público de ensino como uma das principais ferramentas educacionais. Assim como também é distribuído em outros espaços, por sistemas privados – atendendo ao ensino superior, ao ensino técnico e profissionalizante, cursos preparatórios, entre outros segmentos – que utilizam o livro como um mediador para a aquisição/consumo de um determinado saber.

Essa grande circulação de conteúdos sob o formato de didáticos fez surgir estudos e iniciativas preocupadas em discutir e regulamentar a qualidade das publicações. A respeito não só da responsabilidade pelo tipo de conteúdo veiculado, mas também considerando as diferentes formas de uso, contextos, temas e caminhos trilhados pela produção e distribuição desse tipo de objeto, e buscando, sobretudo, qualificá-los na categoria de didáticos (AZEVEDO, 2013, p. 864).

Anterior a esse momento, tínhamos um cenário pouco normatizado e critérios ainda muito genéricos quanto ao tratamento da produção do livro didático. Nos anos 20, conforme os estudos levantados por Azevedo (2013), com a popularização da ideia de livro no ambiente das

<sup>3</sup> Processos de edição pelos quais um livro passa até a sua publicação.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

escolas brasileiras surgiu o Instituto Nacional do Livro – INL, com o propósito de legitimar o livro didático nacional e auxiliar a sua produção. Contudo, foi somente em 1936 que este órgão ganhou definições realmente ativas na elaboração de um conceito de livro didático que visasse formar a cultura da população. Ao mesmo tempo, o Estado buscava inserir a utilização desses materiais em larga escala nas escolas.

Somente em 1985, no entanto, em vista da ampliação da produção desse tipo de material, o Programa Nacional do Livro Didático – PNLD – foi criado para a regulamentação e a fiscalização das obras fornecidas às instituições escolares. O programa buscava distribuir gratuitamente livros na rede pública de ensino. Foi durante esse contexto que o mercado editorial brasileiro começou a se transformar, para atender às necessidades desse novo cenário editorial, subdividindo-se em um nicho muito específico que começava a ganhar relevância: a produção de materiais didáticos.

Diante dessa ampliação no consumo de materiais didáticos, esse segmento buscou instaurar uma nova política editorial – diferente da política do processo de editoração tradicional – para se estabelecer no mercado. O livro distanciava-se de um produto meramente intelectual, ainda restrito a um público erudito específico, e popularizava-se como um produto de saber técnico.

Para se entender esse processo, por editoração, podemos chamar todo procedimento de transformação de uma informação em uma publicação, “ou seja, a transformação da matéria-prima em um produto acabado é o que se chama de editoração” (FERREIRA, 2003, p. 16). Já a política editorial (BORGES, 1986, p. 5) é o que definimos como a “filosofia” deste procedimento, ou seja, o que delimita os campos de ação e os objetivos a serem atingidos por uma obra. Em outras palavras, a política editorial é o que delimita a atuação de uma editora, buscando principalmente atender às expectativas dos leitores/consumidores.

Estão inclusos no rol de uma política editorial: o estabelecimento de normas para a publicação, produção editorial, produção gráfica, comercialização e distribuição da informação. A questão básica na definição de uma política editorial é o público leitor a quem se quer dirigir a mensagem. [...]

Além do mais, a política editorial deve estar articulada com os próprios objetivos do órgão e a partir dessa articulação estabelecer um elo entre a informação e o perfil do público que deseja alcançar, sem perder de vista os recursos financeiros para garantir a execução do plano editorial (FERREIRA, 2003, p. 16-17).

Se, na política editorial tradicional, a editoração de um livro se desassocia da ideia de produção massificada, pois se ancora no conceito de livro como um objeto a ser lapidado, uma pedra bruta a ser transformada em diamante – e, portanto, trata-se de um processo

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------



moroso, que visa atingir um leitor ideal –, a editoração de obras didáticas, por outro lado, assume para si uma organização de fluxo de produção em grande escala, devido à demanda de sua circulação nacional. Determina-se, nesse contexto, o livro como um produto com um uso definido, tal qual uma mercadoria condicionada às exigências de processos industriais, voltado ao seu principal comprador, como, por exemplo, o governo nacional.

Por conseguinte, a circulação dos livros se associa diretamente à redução de custos e preço para a sua distribuição em massa, fazendo com que as editoras desenvolvam tecnologias, métodos e processos muito rápidos de produção a fim de superar as etapas tradicionais, buscando por modelos mais ágeis de editoração.

Em um estudo pioneiro sobre as políticas editoriais de distribuição de informação na contemporaneidade, Ferreira (2003) evidencia mudanças e impactos da tecnologia na produção editorial. A editoração tornou-se um processo muito tecnológico, uma vez que a internet e os variados tipos de programas, aplicativos e dispositivos eletrônicos, permitem a circulação de livros nos mais diferentes formatos (audiolivros e livros digitais, por exemplo), em suportes variados para além do papel (como o *kindle*).

Além disso, as instituições de ensino a distância disponibilizaram plataformas, salas *on-line* e áreas do aluno, permitindo que materiais didáticos sejam disponibilizados para acesso *on-line* de imediato, propiciando a redução no tempo da preparação à chegada ao leitor. A mudança foi impactante em todas as etapas, da preparação do original<sup>4</sup> à impressão. Hoje, uma impressora mais simples pode chegar a ter um ciclo médio de impressão de até dois milhões de páginas por mês<sup>5</sup>.

Esse ponto, que consiste na preparação de um produto, é, portanto, o aspecto principal que modificou o “fazer editorial”.<sup>6</sup> A rapidez com que os materiais são disponibilizados no mercado traz competitividade no setor editorial educacional: quem oferece mais em menos tempo?

---

<sup>4</sup> Etapa de edição que consiste no recebimento do texto do autor, ainda sem a interferência de revisões. O conteúdo será preparado para receber a edição. Receberá uma padronização prévia, que pode incluir uma revisão ortogramatical superficial e uma formatação nos padrões da editora. Só depois de diagramada é que a obra será submetida a um processo profundo de edição e revisão.

<sup>5</sup> Informação retirada a partir das vivências de estágio acadêmico no setor editorial, durante o primeiro semestre de 2019.

<sup>6</sup> Expressão cunhada pela pesquisadora Cristina Yamazaki (2009), em um dos primeiros estudos a respeito do papel do editor de texto. A expressão determina como “fazer editorial” o conjunto de práticas, técnicas e procedimentos inerentes aos profissionais da área editorial.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

### 3 O Mercado Educacional

#### 3.1 A Educação como Mercadoria

“A educação hoje é uma mercadoria negociável. Tornou-se exportável, portátil e negociável.” Essas palavras foram ditas por Angel Gurría, o então secretário geral da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OECD<sup>7</sup>, em uma manifestação realizada na Grécia em julho de 2006, numa conferência entre os Ministros da Educação da organização.

Neste evento, importantes acordos foram realizados para que a educação passasse a ser regida por normas comerciais e, por isso, tratada como um bem de serviço. Em nosso país, o processo de mercantilização da educação é mais antigo do que se supõe. Segundo os dados da pesquisa de Romualdo Portela de Oliveira (2009), remonta desde o período ditatorial no Brasil. Não era escancarado, contudo, em razão da legislação proibir que a educação, em sua natureza, oferecesse lucro. Foi somente com a promulgação da Constituição de 1988 que se passou a considerar a existência de escolas privadas com intenções lucrativas, instaurando-se dispositivos como a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira – LDB, para regular tais práticas educacionais no país.

A partir da inserção efetiva do livro didático na rede pública de ensino e com a abertura de um mercado educacional, a educação privada começou a investir no ensino básico e no ensino superior. Em razão do crescimento de escolas privadas, difundiram-se sistemas privados de ensino vendendo “pacotes educacionais”, materiais pedagógicos, serviços de formação de professores e franquias. Esses mesmos sistemas privados também aproveitaram a profícua expansão do livro didático na rede pública e começaram a oferecer materiais educativos e apostilados para as redes municipais e estaduais.

Mas, afinal, para compreender esse fenômeno, o que entendemos como mercadoria? Para Bottomore (1998, p. 266), tudo que possa ser comprado ou vendido visando ao acúmulo de capital pode ser considerado mercadoria. Nesse sentido, os sistemas de ensino privados passaram a integrar corporações gigantescas de educação, as quais se expandiram adquirindo diferentes segmentos educacionais, oferecendo serviços não só na modalidade do ensino básico, como também atuando no ensino superior, no oferecimento de ensino técnico e profissionalizante, de cursos rápidos de especialização, e em outras diferentes ofertas de serviços correlatos que buscam atender a um mercado consumidor muito amplo.

Entrar profundamente nessas demarcações comerciais não é o objetivo deste artigo, porém, é essencial passarmos brevemente por seu entendimento. O crescimento desse mercado

<sup>7</sup> Organização econômica intergovernamental, com 38 países-membros, fundada para estimular o progresso econômico e o comércio mundial.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

deve-se à crescente escolarização básica da população, optando por aprimorar sua formação, buscando o ensino técnico e profissionalizante, o que aumentou a oferta desse tipo de serviço educacional. Além disso, o ingresso no ensino superior se tornou um terreno fértil para a oferta de cursos preparatórios para os vestibulares e o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). O ensino superior privado expandiu-se como alternativa à concorrência do ensino superior público, consequentemente, muitos cursos de especialização e pós-graduação se difundiram rapidamente. Hoje, o ensino a distância no país é comandado por grandes nomes da educação privada.

O fato é que a educação se ramificou em diversos subsetores, com as mais diferentes propostas e finalidades. É nesse cenário que a produção editorial de livros didáticos se estabeleceu para atender não só à rede pública, mas, especialmente, às redes privadas.

### 3.2 Um Novo Mercado Editorial

De acordo com estudos do Banco Nacional do Desenvolvimento – BNDES (2012), o mercado editorial brasileiro está subdividido em quatro principais segmentos: obras gerais (OG); livros didáticos (LD); científicos, técnicos e profissionais (CTP); e religiosos (R). Os três primeiros segmentos são tratados individualmente, com características específicas, distintas entre si, como a natureza da demanda, a organização industrial, seus padrões de concorrência e barreiras à entrada.

Ainda segundo o BNDES (2012, p. 429-473), a produção de livros didáticos constitui o maior segmento do mercado editorial, responsável por mais de 50% do seu faturamento. Incorporados ao segmento editorial de livros didáticos, os cursos técnicos e universitários, ou de nichos de mercado, como o de concursos públicos, por exemplo, também se encontram na base dos movimentos de expansão editorial, conforme a pesquisa da instituição. Outra informação importante divulgada pelo BNDES relaciona o domínio desse mercado como um oligopólio, gerido pela junção de sistemas de ensino privados e editoras.

Considerando essa expansão, o governo federal é o principal adquiridor de livros didáticos no mercado editorial, portanto, as políticas editoriais, em geral, são voltadas para o atendimento básico das exigências do PNLD e dos projetos educacionais públicos. A esfera privada, no entanto, também tem forte influência na circulação de diferentes tipos de materiais sob o crivo de “didáticos”, contudo, é uma grande lacuna o controle do que está em distribuição.

Apesar da implementação de políticas regulatórias como o PNLD, a fiscalização de materiais didáticos em circulação escapa ao programa, uma vez que o mercado educacional abriu um leque de subsetores editoriais voltados à esfera privada dos sistemas de ensino, que muitas vezes não são alcançados por uma política unificada de distribuição. Sabe-se que esses subsetores de materiais didáticos são associados às corporações de sistemas educacionais. A premissa desses segmentos, portanto, se restringe à concepção de um mercado educacional.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

De acordo com Chizzotti (2014), a educação e a aquisição de um determinado conhecimento tornam-se um serviço oferecido e o livro didático um produto. Com efeito, segundo o autor, a elaboração de materiais didáticos sob o viés do mercado educacional nem sempre determina que o conceito de livros didáticos seja propriamente livros em seu mais fidedigno formato e definição. Materiais como cartazes, folhas avulsas, álbuns, apostilas, também contêm texto didático, inclusive, com outras intenções que não sejam destinadas às escolas, podendo, portanto, serem comercializados e socializados sob a chancela de “livro didático”.

O que nos interessa nessa cosmovisão de Chizzotti, entrando agora no campo da produção editorial, é que os materiais, muitas vezes, não são submetidos a uma edição tradicional. Geralmente, muitas etapas habituais do processo editorial são “puladas” ou até mesmo inexistentes. Os materiais são “fabricados” em programas de computadores e outras ferramentas.

Por essa lógica, a ideia de descarte presume um produto mal-acabado, de produção rápida, no qual o conhecimento ali registrado é pouco útil para outra finalidade. Assim, a ideia de livro se distancia do sentido atemporal que possui e o “fazer editorial” torna-se mais tecnicista, determinando um prazo de validade ao conhecimento difundido no livro.

Se, para um contexto tradicional, a “regra básica da editoração é a de quebrar qualquer regra que prejudique a fluência da leitura” (ARAÚJO, 2008, p.23), para o mercado editorial de sistemas de ensino, a regra básica é a de quebrar qualquer regra que prejudique a comercialização eficiente de um produto, antes de torná-lo insuficientemente competitivo.

Esse contexto se agrava à medida que há escassez de fiscalização efetiva no controle da distribuição de materiais didáticos pelos sistemas de ensino privados. Evidentemente, muitas corporações educacionais prezam pela responsabilidade social e se baseiam nas exigências dos Parâmetros Nacionais Curriculares (PCN). O fato é que muitos subsectores não desenvolvem conteúdos com essa finalidade de escolarização.

### 3.3 Sistemas de Ensino e Cursos Preparatórios

Sem dúvidas, a concepção da educação como um serviço abriu um leque de possibilidades para o mercado educacional e, conseqüentemente, dos sistemas de ensino emergiram diferentes propostas de produção editorial como um terreno fértil de atuação profissional.

Na *práxis*, muitos conteúdos chamados de didáticos são veiculados com outras propostas que não se restringem ao ambiente escolar. A exemplo disso, temos a elaboração de materiais didáticos veiculados pelo mercado preparatório de vestibulares, o mercado preparatório para concursos, o mercado de cursos profissionalizantes e técnicos, entre outros setores afins. No caso do mercado educacional para concursos, o material é determinado pelos editais de concursos, os quais têm um prazo de validade, que vai desde o lançamento de um

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

editado até o dia de sua prova. Depois disso, o conteúdo de estudo torna-se inútil, considerando que seu objetivo é propiciar a apreensão de um conceito técnico e específico exigido no conteúdo programático do edital, utilizado somente para atender ao que é cobrado nas questões da prova.

E qual seria a política editorial envolta nas atividades desse subsetor? A ideia de leitura tradicional se ancora na descoberta de um conhecimento, na abstração profunda de uma informação. Já para o mercado editorial voltado a sistemas de ensino de segmentos de técnicos e profissionalizantes, o conhecimento materializado precisa ser prático, rápido e nos conduzir a um objetivo. Estreitando mais ainda ao universo dos concursos, só se precisa desse conhecimento para o dia da prova.

Por isso, como recursos didáticos, estão difundidos nesses materiais métodos de “decoreba” teórica: os famosos *mnemônicos*, *macetes* e *bizus*<sup>8</sup>, recursos que facilitam a memorização de conceitos-chave da teoria. Além de mapas mentais e iconográficos, outros tipos de conteúdo muito procurados e consumidos nesse meio editorial, consistindo na sistematização de conceitos em recursos visuais.

A finalidade, portanto, do livro didático no segmento para concursos se restringe em preparar um candidato para uma prova de avaliação por questões, e nada cobra além de conceitos puramente descritivos com pouca interpretação discursiva. Os materiais, portanto, possuem um conteúdo teórico muito objetivo.

É recorrente a publicidade desse tipo de serviço educacional utilizar chavões como “teoria direta ao ponto”, “conhecimento prático e sem enrolação”, “estude só o que realmente cai na prova”, “esquemas e macetes para rápida memorização”. Ressalte-se que o leitor desse tipo de material é um público que deseja assimilar o máximo de conceitos que puder até o dia da prova, não buscando em seu material nada além de uma revisão, que não extrapole as exigências do edital.

A seguir, são apresentadas algumas frases das descrições de materiais didáticos oferecidos por algumas editoras do segmento para concursos. As descrições foram retiradas dos sites de suas próprias lojas virtuais.

**1. Edital publicado 29/07/2021! Com nosso preparatório Direto ao Ponto para o concurso TJ SP você terá acesso ao melhor conteúdo.** (Editora AlfaCon)<sup>9</sup>

**2. Tudo para a sua aprovação. Dicas, macetes e conceitos fundamentais. Nossos autores destacaram os pontos mais importantes de cada assunto na apostila e, contando com uma**

---

<sup>8</sup> *Mnemônicos*, *macetes* e *bizus* consistem em suportes esquemas, gráficos, ilustrações, símbolos, palavras ou frases relacionadas com o assunto que se pretende memorizar.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.alfaconcursos.com.br/cursos/direto-ao-ponto-tj-sp-escrevente-tecnico-judiciario-pos-edital>. Acesso em: 15 jul. 2021.

diagramação interativa, tornamos fácil a absorção e memorização destes conteúdos importantes. (Editora Nova Concursos)<sup>10</sup>

3. A ideia, portanto, é apresentar a prática do Exame da Ordem (questões), a doutrina para estudo (dicas) e a jurisprudência (súmulas), formando a tríade necessária para uma revisão (verdadeiro REVISAR!) rumo ao sucesso na aprovação. (Editora Juspodivm)<sup>11</sup>

Diante dessas descrições publicitárias evidenciando o uso de expressões como “Direto ao Ponto”, “dicas”, “macetes”, “memorização”, “aprovação”, “revisar” e das reflexões até aqui levantadas, nota-se a política editorial do segmento associada a uma lógica na qual o valor do produto consiste em sua finalidade, sua utilização, seu baixo custo de distribuição e oferta, e seu dinamismo, em que “menos é mais”. Tendências didáticas cada vez mais frequentes na área.

#### 4 O “Fazer Editorial”

Mas qual seria o lugar do “fazer editorial” no mercado editorial educacional, recortado pelo mercado editorial de livros didáticos, técnicos e profissionalizantes? E ainda mais estrito: no mercado preparatório concursário, o qual foge de práticas tradicionais, sugerindo até mesmo uma área de pouco prestígio intelectual, mas de muita perspicácia comercial para a permanência no mercado?

Para além de definir papéis e modelos, cumpre dizer que muitas práticas editoriais dos segmentos tradicionais muitas vezes são ineficientes às editoras do contexto educacional preparatório para concursos, que precisam de modelos muito mais rápidos de editoração.

Quando falamos dos editores, o trabalho dos profissionais de editoração é um ofício muito intuitivo e empírico; já para outros é resultado de estratégias instrumentalizadas, estudadas e bem definidas (YAMAZAKI, 2009). Não é o caso dizer que uma ideia invalida a outra, afinal, o que torna essa discussão viável são justamente essas dissonâncias próprias do “fazer editorial”. Arriscamos inferir que, na verdade, o “fazer editorial” seria a boa convivência do bom-senso pessoal e a técnica.

Diferentes e amplas são as rotas que podem ser perseguidas pelos profissionais de edição de textos, no entanto, são delimitadas e devem considerar sempre o que chamamos de política editorial. Retomando o estudo desse importante conceito na produção editorial, temos o ponto de partida estratégico que define os projetos de uma editora, orientando, segundo

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.novaconcursos.com.br/apostila/banco-brasil-escrituario-agente-comercial?q=banc>. Acesso em: 15 jul. 2021.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.editorajuspodivm.com.br/revisao-escrivente-e-oficial-de-justica-do-tj-sp-mais-de-600-questoes-comentadas-alternativa-por-alternativa-2021>. Acesso em: 15 jul. 2021.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

Rosinha (1989), a transmissão de assuntos de interesse para leitores definidos. O que, por conseguinte, reflete valores, símbolos e padrões e estabelece o que deve ser publicado.

Borges (1986) destaca, ainda, que a política editorial é imprescindível ao propósito de uma editora, definindo suas metas e objetivos, indicando *o que editar, como editar, para quem editar, quanto editar, quando editar e onde editar*. Considera-se, sobretudo, a pertinência das publicações, as prioridades e conveniências, o público-alvo, o veículo por meio do qual se publicará, a tiragem de publicações, entre outros aspectos que organizam a edição.

Em outras palavras, regulamenta-se o processo de editoração, o processo de edição, do produto final ao seu impacto no mercado, por isso os editores devem prezar em seu ofício por dedicarem-se a atender às políticas editoriais básicas dos segmentos em que atuam. Assim, apesar das variações em suas políticas editoriais, as editoras organizam mais ou menos os mesmos processos “clássicos” de editoração, contudo esses processos passaram (e passam) por influências das transformações do cenário editorial.

A exemplo, temos a ambígua definição dos papéis desempenhados pelos profissionais. Antônio Houaiss (2009), um dos percussores da bibliografia da área, define como *Publisher* o editor responsável pela edição do livro, de seu recebimento ao cuidado comercial do livro ao passo que Emanuel Araújo (2008), outro mestre da literatura a respeito do assunto, define como *Editor* propriamente dito àquele que se dedica ao mesmo cuidado que um *publisher*, do conteúdo original recebido à divulgação comercial. Ambos possuem o mesmo sentido, mas a diferença na nomenclatura curiosamente cunhou-as em setores diferentes. O que tem sido frequentemente observado é que se intitulam *publishers* os profissionais que direcionam seus cuidados ao gerenciamento e supervisão editorial, e *editores* os profissionais que se dedicam a fins técnicos e comerciais.

Algo baseado numa oposição entre *produtor editorial* e *editor*. De um editor espera-se uma destreza técnica na orientação dos processos de edição do livro e visão de mercado, ao passo que de um produtor editorial as expectativas circundam à gestão de equipes e fluxos de produção, não se desassociando, entretanto, de uma ampla visão do mercado. É ainda um território confuso se delimitar a divisão dessas tarefas, emergidas nos últimos dez anos.

## 5 A Atuação Profissional e Formação de Editores

A imprecisão em apresentar uma delimitação profissional é um desafio na produção editorial e na formação e qualificação de profissionais da área. As habilidades exigidas perpassam por campos muito híbridos e interdisciplinares. Em geral, o perfil do profissional dessas áreas atua no campo das linguagens. São profissionais formados em Letras ou Jornalismo. Pós-graduações e especializações em editoração, contudo, nos últimos anos, começaram a direcionar a qualificação desses profissionais às áreas administrativas, de gestão de projetos e pessoas, por exemplo.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

Em relação às funções básicas de um profissional da editoração, nos setores editoriais, as equipes são compostas, geralmente, pelos chamados editores textuais, os quais são categorizados em:

• **Preparador de texto ou preparador de originais:** Profissional responsável por receber o conteúdo original do autor, ainda sem nenhuma interferência de terceiros, e organizá-lo minimamente, de acordo com os padrões de formatação da editora, avaliando e corrigindo as inconsistências textuais, como uma revisão ortogramatical. Em suma, é o primeiro nível de revisão, a qual prepara o texto para a próxima etapa.

• **Revisor textual:** Profissional responsável pela edição textual do conteúdo, considerando correções em todos os níveis da linguagem, ortogramatical, linguístico, semântico e estilístico.

• **Diagramador:** Profissional responsável pela aplicação dos padrões gráficos e design do livro, organiza especialmente a estética visual do texto.

• **Revisor de provas:** Profissional responsável por uma revisão de cotejo entre o texto diagramado e o texto revisado. Essa revisão leva em conta a verificação de inconsistências estéticas ocorridas durante a diagramação, por exemplo. É uma espécie de validação.

Soares (2015) destaca, ainda, algumas das importantes atividades exercidas pelos editores, apresentadas a seguir.

**Quadro 1** – Atividades envolvidas no processo de produção editorial

<i>Tarefa do Editor</i>	<i>Processos</i>
<i>Preparação de Originais</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro do livro para Direitos Autorais</li> <li>• Revisão</li> <li>• Normalização do estilo do texto</li> <li>• Planejamento da estrutura do livro</li> </ul>
<i>Processo Industrial</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design e diagramação</li> <li>• Revisão de provas</li> <li>• Impressão e acabamento</li> </ul>
<i>Publicação</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ISBN e código de barras</li> <li>• Plano de Marketing</li> <li>• Distribuição</li> </ul>

Fonte: Soares (2015, p. 14).

Contudo, trazendo esse processo para o contexto de materiais didáticos para concursos, o diferencial é a quantidade de etapas e o tempo de permanência do conteúdo em

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------



cada uma delas. E, embora as funções sejam relativamente as mesmas, o diferencial também se relaciona a como esse material chega à editora. Os conteúdos são encomendados aos autores, supervisionados a serem produzidos de acordo com manuais pedagógicos da editora, com orientações das exigências dos padrões, sobretudo, metodológicos, exigindo uma função específica na editoração de livro didáticos: o Analista de Conteúdo.

O Analista de Conteúdo é também um tipo de editor que atua no recebimento do material original do autor e sua função é avaliar se este atende aos padrões editoriais. Esse profissional também prepara a normalização do texto e estilo, mas sua principal função é avaliar a questão pedagógica e técnica do material. Diferentes perfis de analistas podem atuar em uma editora, a depender da especialidade da área material.

No setor editorial de materiais didáticos para concursos, boa parte dos conteúdos são jurídicos, portanto o perfil desse profissional alterna entre bacharéis em Direito e profissionais das linguagens. Alguns segmentos possuem um analista para cada área do conhecimento. Editoras de livros didáticos de ensino básico, por exemplo, costumam organizar a editoração nas mãos de um editor por área do conhecimento (Linguagens, Humanas, Biológicas e Exatas). Algumas especializam ainda mais a função, determinando um editor para cada disciplina.

Voltando-se para os aspectos da prática da edição, é muito difícil canonizar métodos de leitura, revisão ou análise textual, visto que o trabalho do revisor consiste também em um campo empírico e intuitivo. Como são vastas as áreas de atuação, cada segmento exige um tipo de “fazer editorial” diferenciado, que busque atender ao contexto.

Para Yamazaki (2007), por exemplo, as referências das técnicas de edição são basicamente outras obras, como dicionários de vários tipos, gramáticas, manuais linguísticos e de estilos de empresas jornalísticas, o Vocabulário ortográfico da língua portuguesa (Volp). Embora sejam fontes seguras de auxílio, podem amiúde desorientar, pois se restringem a regras e recomendações muitas vezes só gramaticais.

Nem toda fundamentação, nesse sentido, poderá ser retirada de gramáticas. O aprendizado das técnicas editoriais também se dá, portanto, em decisões subjetivas. É crucial que se tenha um conhecimento das variações linguísticas e das diferentes possibilidades da linguagem. Quanto aos métodos de produção, o mesmo sentido se aplica aos processos de produção.

Além da teoria, um bom referencial também se ancora em conhecimentos de ferramentas para texto, como programas oferecidos por sistemas operacionais que possibilitam a exploração de recursos de revisão, formatação e estilo.

Hoje, revisões podem ser realizadas em arquivos digitais de diferentes formatos, como os textos em formatos de PDF. Há também programas específicos para a realização de diagramação, com recursos avançados de ilustração. Pesquisar e conhecer melhor essas ferramentas e programas são uma prática que precisa ser incorporada ao cotidiano do editor, o qual nunca tem seu trabalho esgotado de possibilidades e referenciais.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

## 6 Considerações finais

A transformação da educação em um serviço impactou o mercado editorial e expandiu o desenvolvimento de estudos no ramo da produção de materiais didáticos. Se, por um lado, isso foi benéfico para o desenvolvimento de diferentes setores e possibilidades profissionais; por outro provocou uma espécie de banalização de livros na sociedade, como objetos de pouca qualidade em circulação.

O fato é que o livro, como produto de consumo, é suporte para diferentes estratégias comerciais, adquirindo formas, usos, finalidades e conteúdos dos mais distintos temas. Esgotá-lo em definitivo em um mundo tão globalizado e entrelaçado por grandes negócios comerciais é uma pretensão impossível. A instabilidade do cenário editorial exige que esses profissionais da editoração se reinventem constantemente para se estabelecerem ativos no mercado.

Dessa forma, este artigo buscou ampliar a compreensão a respeito das estratégias e segmentos da editoração, prezando por torná-las mais acessíveis e expandir discussões, tanto em âmbito acadêmico e científico, como em se fazer útil e informativo a respeito das possibilidades e caminhos para os profissionais da área.

## Referências

- ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**: princípios da técnica de editoração. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, Brasília: Instituto Nacional do Livro, 1986.
- AZEVEDO, Paulo Sérgio de Souza. A produção de livros didáticos: tensões e diálogos. **Revista Latino-Americana de História**, São Leopoldo, v. 2, n. 6, p. 863-880, ago. 2013. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/rla/index.php/rla/article/view/240/193> Acesso em: 12 fev. 2021.
- BATISTA, Antônio Augusto Gomes. **Um objeto variável e instável**: textos, impressos e livros didáticos. Campinas: Mercado das Letras, 1999.
- BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO - BNDES. Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital. **Setorial** 36, p. 429- 473, set. 2012.
- BITTENCOURT, Circe. Em foco: história, produção e memória do livro didático. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.30, n.3. p.471-473, 2004.
- BOTTOMORE, Thomas. **Dicionário do pensamento Marxista**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BORGES, Ricardo B. **Do original à obra publicada**. Piracicaba: IAA-Planalsucar, 1986. 44p.
- CHIZZOTI, Antonio. Educação superior e o mercado de serviços educacionais. **Revista e-Curriculum**, São Paulo, v. 12, n. 01, p.898-924, jan./abr. 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/766/76631146002.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2021.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

FERRARO, Juliana Ricarte. A produção dos livros didáticos: uma reflexão sobre imagem texto e autoria. **Caderno do CEOM**, UNOESC/Chapecó, v. 35, n. 34, p. 170-188, 2011.

FERREIRA, Rita Gonçalves Marques Portella. Política Editorial no Contexto da Indústria da Informação. **Revista Infociência**, São Luís, v. 3, p 11-19, 2003.

Recebido em 22/08/2021

Aceito em 17/02/2022

Publicado em 21/07/2022

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

## EDUCATIONAL MARKET TRENDS AND THEIR EFFECTS ON THE EDITORIAL PRODUCTION OF MATERIALS FOR EXAMS

Carolina de Oliveira Gomes

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(carugomess@gmail.com)

Flaviane Faria Carvalho

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(flaviane.carvalho@unifal-mg.edu.br)

### Abstract

This article presents an overview of the editorial production of textbooks in Brazil, especially discussing the influence of the educational market in the field of publishing materials for exams. Therefore, a bibliographic research was made, focusing on the editorial tradition, as well as a discussion based on observations, experiences and personal experiences acquired in the editorial segment, considering that work-related skills in editorial production are built both in theoretical and scientific field, and, mainly, anchored in practice, in the editorial work itself.

**Keywords:** Editorial production. Publishing. Textbooks. Educational market. Publishing market.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------

## TENDENCIAS DEL MERCADO EDUCACIONAL Y SUS EFECTOS EN LA PRODUCCIÓN EDITORIAL DE MATERIALES PREPARATORIOS PARA CONCURSOS

Carolina de Oliveira Gomes

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(carugomess@gmail.com)

Flaviane Faria Carvalho

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG

(flaviane.carvalho@unifal-mg.edu.br)

### Resumen

Este artículo presenta un panorama de la producción editorial de libros didácticos en Brasil, discutiendo principalmente la influencia del mercado educacional en el campo de la editoración de materiales preparatorios para concursos. Se buscaron referencias en la tradición editorial, así como en mis observaciones, vivencias y experiencias adquiridas en el segmento editorial, sustentadas en conocimientos bibliográficos y científicos, considerando que las habilidades en la producción editorial son constituidas tanto en el campo teórico como científico como también especialmente hincadas en la práctica, en un propio hacer editorial.

**Palabras clave:** Producción editorial. Editoración. Libros didácticos. Mercado educacional. Mercado editorial.

Revista (Entre Parênteses)	Alfenas, MG	v. 11	n.1	1-21	e022001	2022
----------------------------	-------------	-------	-----	------	---------	------