

Resenhas

A Máquina da Edição

The Editing Machine

Pollyanna de Mattos Moura Vecchio¹

¹ Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais (MG), Brasil

RESUMO

A resenha apresenta o livro *The Content Machine* (2013), de Michael Bhaskar. A obra propõe uma teoria da Edição que envolve filtragem, enquadramento e amplificação como ações essenciais ao longo da história da atividade editorial. O livro é detalhado, didático e surpreendente em sua abordagem, oferecendo algo novo mesmo em um campo já explorado por teóricos renomados como Chartier, Thompson e Bourdieu. Bhaskar propõe mudanças na atitude do editor para se adaptar ao ambiente digital, explorando recursos digitais e buscando formas alternativas de monetização. Ele destaca a importância do acesso aberto às publicações e incentiva a cooperação entre pequenas editoras. O livro recebe críticas por focar nos mercados europeu e estadunidense e não mencionar contribuições da América Latina. No geral, é uma leitura útil para estudiosos do mercado editorial.

Palavras-chave: Edição; Livros.

ABSTRACT

The review presents the book "The Content Machine" by Michael Bhaskar. The author proposes a theory of Editing that involves filtering, framing, and amplification as essential actions throughout the history of the editorial activity. The book is detailed, didactic, and surprising in its approach, offering something new even in a field already explored by renowned theorists such as Chartier, Thompson, and Bourdieu. Bhaskar proposes changes in the editors attitude to adapt to the digital environment, exploring digital resources and seeking alternative forms of monetization. He highlights the importance of open access to publications and encourages cooperation among small publishing houses. The book receives criticism for focusing on the European and American markets and not mentioning contributions from Latin America. Overall, it is a useful reading for scholars in the publishing industry.

Keywords: Edition; Books.

Uma teoria da edição do impresso à rede digital. Subtítulo e meta principal de seu livro, a tarefa ambiciosa proposta por Michael Bhaskar em *The Content Machine* [A máquina de conteúdo], de 2013, deixa estudiosos da área receosos de que o autor não vá conseguir realmente trazer algo de novo ao que foi feito até o momento por outros teóricos já renomados como Roger Chartier, John B. Thompson e Pierre Bourdieu. Mas Bhaskar nos surpreende.

Rico em detalhes, didático na utilização de exemplos, o livro é dividido em seis capítulos nos quais o autor primeiro contextualiza o campo editorial e depois descreve sua teoria da edição como um conjunto de três ações que, ao longo da história, definiram a atividade e que, embora possam mudar temporal ou geograficamente, mantêm a mesma essência. Esses três conceitos-base são a **filtragem**, o **enquadramento** e a **amplificação**.

No Capítulo 1, “The problem of publishing” [O problema da edição], o autor faz uma abordagem histórica e comparativa do uso do termo edição (*publishing*) e vai elencando os elementos que seriam essenciais para uma definição categórica do campo. Esses elementos seriam: 1) o conteúdo, 2) a comercialização, 3) o ato de tornar público e 4) algum tipo de risco, não necessariamente financeiro, mas frequentemente financeiro. Segundo o autor: “Qualquer teoria da edição deve conectar esses pontos, que abrangem toda a história da edição e suas diferentes formas, definições e possibilidades” (p. 39).

No capítulo 2, “The digital context and challenge” [O contexto e o desafio digitais], Bhaskar afirma que a edição sempre foi baseada em redes (de pessoas, de capital, de bens e de conhecimento), mas que as redes digitais ampliaram essas ligações de forma nunca vista antes. Segundo o autor, antes a mídia funcionava como um filtro para o que era publicado. Agora quase todo mundo pode se comunicar pela internet, chegando a uma era quase de desintermediação e de um aumento significativo da autopublicação, prática antiga que, com o advento digital, nunca foi tão fácil, levantando questões estratégicas não apenas para a indústria editorial, mas também sobre o que significa publicar de fato.

No capítulo 3, “How content works” [Como o conteúdo funciona], Bhaskar desenvolve sua noção de enquadramento e o divide em dois componentes: a distribuição (seja em livro, CD ou arquivo virtual) e o conjunto de concepções que a rodeiam. Historicamente, o livro impresso foi o tipo de enquadramento mais importante pois era um container prático para distribuir diversos conteúdos. Segundo o autor, pensar no enquadramento como mecanismo de distribuição significava que uma das funções do editor era sua capacidade de facilitar essa distribuição.

Atualmente, segundo o autor, o enquadramento não está ligado só à distribuição. Novas formas de enquadramento (códigos, servidores, telas, aplicativos) ainda executam a tarefa de distribuir o conteúdo, ou seja, de fazê-lo chegar ao público, mas o caráter mais democrático da própria rede pode fazer com que haja menos necessidade de distribuição por parte do editor. Nesse sentido, o trabalho de enquadramento se torna mais subjetivo. A marca do editor, os rumores em torno de um livro, as particularidades de *design*, os paratextos — todos esses elementos de enquadramento vêm à tona como um diferencial do conteúdo. Em seu texto “Uma revolução conservadora na edição” (2018), Pierre Bourdieu também assinala que o editor tem o poder de consagrar um texto e um autor e que essa consagração é quase sempre “uma

transferência de capital simbólico (análoga à de um prefácio) cuja importância é proporcional ao grau de consagração daquele que a realiza” (p. 01).

No capítulo 4, “The system of publishing” [O sistema de edição], o autor desenvolve os conceitos de filtragem e amplificação. Em relação à filtragem, argumenta que, no início da era do impresso, a escassez era constante: de papel, tinta e maquinário, por exemplo, mas também de textos, já que a parcela da população alfabetizada era pequena. Ao longo dos anos, os textos se tornaram mais abundantes, mas as restrições financeiras para o impresso (papel, impressão, acabamento, distribuição) continuaram a fazer do editor um filtro que selecionava entre os vários textos disponíveis aqueles que valiam o investimento.

Na era digital, o conteúdo e a distribuição na internet são quase ilimitados. Segundo o autor, isso alterou a função dos editores, tornando mais adequada a noção de filtragem como curadoria. Com isso, a tarefa do editor não seria mais escolher um conteúdo, mas torná-lo digno de nota. Para Bhaskar, essa mudança no campo da edição é parte de uma mudança mais ampla na economia em que as ações de curadoria, seleção e organização do conteúdo ganham mais forças do que a produção do conteúdo em si.

A amplificação seria o cerne da edição. Para Bhaskar, amplificar seria garantir que um conteúdo seja mais amplamente difundido do que o seria se não passasse por um processo de edição. Nos primórdios do impresso, o simples fato de se imprimir um livro já era uma amplificação de fato.

Durante muito tempo, a amplificação era sinônimo de exposição, por meio de críticas (resenhas) da obra e, acima de tudo, garantindo espaços nas livrarias. Atualmente, a exposição está em todos os lugares: na imensidão da web como um todo e, mais recentemente, no universo paralelo chamado Amazon. Assim, a tarefa do editor para amplificação não é mais tornar um trabalho disponível, mas torná-lo conhecido. Isso explicaria a ascensão dos setores de publicidade e marketing nas editoras, os quais fazem hoje o trabalho de amplificação.

Além dos conceitos de filtragem, enquadramento e amplificação, Bhaskar propõe a ideia de modelagem para sua teoria da edição. Segundo o autor, a “filtragem, enquadramento e amplificação nos dizem ‘como’ fazer edição, mas não nos dizem ‘por quê’. Os modelos nos dizem” (p. 137). No capítulo 5, intitulado “Models” [Modelos], o autor afirma preferir a ideia de “modelos” à ideia de “motivações” em relação às razões que levam à produção e disseminação

de conteúdo. Explicando melhor: é como se os autores e editores não tivessem simplesmente uma motivação para escrever ou fazer edição, mas sim modelos a seguir baseados, por exemplo, no que fazem os pares ou as pessoas e editoras consideradas bem sucedidas.

Bhaskar afirma que os modelos de publicação são frequentemente modelos de negócios, formas de se ganhar dinheiro, mas nem sempre. Citando Bourdieu, Bhaskar observa que, atualmente, por exemplo, o motivo para publicar conteúdo pode ser para acumular capital simbólico (uma característica comum entre os editores universitários, por exemplo). Bhaskar incentiva a proliferação de modelos e afirma que quanto mais modelos de edição houver maior será a diversidade de pontos de vista, de formas de pensar e de existir. Essa liberdade criaria, para Bhaskar, uma chance melhor de existirem trabalhos inovadores.

No capítulo 6, “Addressing problems, meeting challenges” [Enfrentando problemas, encontrando desafios], o autor propõe mudanças na atitude do editor de forma que este possa se sustentar em um ambiente digital, explorando os recursos digitais e realizando inovações. Nesse sentido, o autor fala da inexorável tendência do acesso aberto às publicações, especialmente no âmbito acadêmico, e na emergência de uma forma de monetarização alternativa na indústria da edição, a exemplo do que vem acontecendo na indústria fonográfica, com os serviços de *streaming* de músicas.

Por fim, o autor incentiva os editores a se concentrarem em serem “amplificadores de conteúdo” e enfatiza a necessidade estratégica de cooperação entre pequenas editoras como um meio de resistir às novas pressões. Para Bhaskar, na prática, isso significa que os editores de hoje não são mais apenas pessoas que fazem livros; eles devem ser criadores de conteúdo no sentido mais amplo possível.

Uma crítica ao livro é que, embora ele se proponha a desenvolver uma teoria geral para a edição, o autor foca em exemplos dos mercados europeu e estadunidense. Há menções a casos da indústria editorial chinesa, mas não se referem, por exemplo, às contribuições da América Latina. Afora essa crítica, trata-se de uma leitura leve e fluida, cujo conteúdo é fundamental para estudiosos do mercado editorial, editores, bibliotecários e pesquisadores da área do livro de uma forma geral.

Referências:

BHASKAR, Michael. *The Content Machine*: towards a theory of publishing from the printing press to the digital network. Nova York: Anthem Press, 2013, 217 p. (inédito em português)

BOURDIEU, Pierre. “Uma revolução conservadora na edição”. Trad. Luciana Salazar Salgado e José de Souza Muniz Jr. In: Política e sociedade, vol. 17, n. 39, Florianópolis, 2018.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

1 – Pollyanna de Mattos Moura Vecchio

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Doutora

<https://orcid.org/0000-0003-2544-0865> e e-mail: pollyannamattosvecchio

Contribuição: Autor