

TENTATIVA DE DELIMITAR O OBJETO DA DISCIPLINA DE EDITORAÇÃO *

BLÁSIO H. HICKMANN

SUMÁRIO

1 — *Introdução*; 2 — *Definições operacionais*;
3 — *Conceituação tradicional de Editoração*; 4
— *O Curso de Editoração*; 5 — *A disciplina de
Editoração*; 6 — *Necessidade de especificação*;
7 — *Objeto do estudo editorial*; 8 — *Conclu-
sões*; 9 — *Referências bibliográficas*.

1 — INTRODUÇÃO

Tarefa das mais difíceis, a de definir o que é editoração; mormente quando buscamos identificar o objeto de seu estudo no curso superior de comunicação social.

Durante o I Congresso Brasileiro de Ensino e Pesquisa da Comunicação, realizado em Belo Horizonte, no ano passado, um dos grupos de estudos debateu amplamente, tentando conceituar o que se compreende por editoração. O resultado da discussão, se não aumentou a imprecisão do assunto, pouco contribuiu para dirimir dúvidas. As conclusões do referido grupo, levadas a Plenário, não definiram a matéria, deixando em aberto seu questionamento.

Inexistem subsídios que possam nos auxiliar na busca de uma solução. Mesmo nas mais recentes abordagens, os estudos sobre editoração são res-

(*) Trabalho apresentado ao II Congresso Brasileiro de Ensino e Pesquisa da Comunicação, realizado em Fortaleza, de 22 a 26 de julho de 1974.

tritos, quase sempre, ao objeto livro. As tarefas editoriais, quanto a este, estão bem definidas. Aliás, nada ou pouco mais se encontra na bibliografia disponível.

Não pretendemos solucionar a questão. Tampouco polemizar. Tentaremos delimitar, nesta comunicação, o objeto da disciplina de editoração no curso superior.

2 — DEFINIÇÕES OPERACIONAIS

Quando ouvimos falar em *editora*, conotamos logo o significado a uma empresa dedicada à produção de livros. E, quando somos apresentados a um *editor*, abstraindo da pessoa física que diante de nós se encontra, imaginamos, ato contínuo, alguém debruçado sobre um birô, cercado de dicionários, originais e provas, ou — quem sabe — metido numa mesa de oficina gráfica, compondo tipos móveis, à semelhança de um Gutemberg.

Conferindo a bibliografia, tivemos oportunidade de constatar que — ainda quando se restringe à análise das tarefas inerentes à publicação de material bibliográfico — correlaciona, via de regra, *atividade editorial* e difusão cultural. Ora, existem hoje vários outros instrumentos de difundir cultura, que não apenas livros, jornais e revistas. Pergunta-se, então: os processos de produção dos demais objetos de difusão cultural (discos, filmes, cassetes) podem ser compreendidos igualmente como atividade editorial?

Maria Lúcia Rangel, em recente reportagem, publicada no *Jornal do Brasil*,⁽¹⁾ sobre fascículos, refere-se à “indústria cultural”, tentando abranger com a expressão os diversos processos de produção dos meios para difundir cultura. Trata-se, portanto, de saber qual a abrangência do termo editorar, verbo que deu origem à *editoração*.

Vamos analisar inicialmente os significados tradicionais de editor, editora e edição, para deter-nos, a seguir, na palavra editoração. Estudar seu significado, sua abrangência, sua inclusão no currículo mínimo do curso superior de comunicação social e, finalmente, tentar equacionar seu objeto e conteúdo no programa de ensino universitário.

3 — CONCEITUAÇÃO TRADICIONAL DE EDITORAÇÃO

Por editor entende-se, geralmente, a pessoa ou entidade que assume a responsabilidade e o risco da publicação de livros. Mas o termo aplica-se, igualmente, a outras atividades. Nas redações de jornal designa o profissional responsável por um setor ou suplemento e, por vezes, o responsável geral pela edição de periódico, como ocorre também na revista.

Impõe-se, porém, uma distinção preliminar entre editor (português) e *editor* (inglês). Para o americano, *editor* é aquele a cujo encargo fica a organização de um texto destinado a publicação. Participa, às vezes, como co-

autor. Outras vezes cabe-lhe tão-só a boa disposição das colaborações de vários autores, com vistas a imprimi-las num único volume. Em nenhuma das hipóteses, porém, desempenha qualquer função concernente ao planeamento e/ou produção gráfica. Estas são atribuições do *publisher*. A este termo do inglês corresponde o português editor.

Por *edição* entendemos a produção de uma série de cópias do mesmo produto, em que todos os exemplares se igualam.

Editora nada mais é que uma organização, em forma de empresa, privada ou pública, destinada a desempenhar as atividades de editor. Neste sentido a lição abalizada e de todos conhecida de Antônio Houaiss, em seus *Elementos de Bibliologia*.(2)

Editoração seria o conjunto das tarefas inerentes às funções do editor. No conceito tradicional compreenderia, entre outras, as seguintes: busca e seleção de originais; contratação de direitos autorais ou de tradução; estudo de *layout*; organização e adequação dos originais; marcação; revisões; supervisão gráfica etc.

Nesta acepção a atividade editorial limitar-se-ia, a rigor, à fase pré-industrial: as tarefas que, em publicadoras de prestígio, se delegam, ainda hoje, ao Departamento Editorial.

Mais recentemente passou a designar o conjunto de todas as atividades relacionadas com a publicação de livros. Vários agentes concorrem para este fim. Como fundamentais podemos enumerar:

- a) o editor, que assume a responsabilidade da edição;
- b) o gráfico, que compõe e imprime o livro;
- c) o distribuidor, intermediário entre editor e livreiro;
- d) o livreiro, que coloca o livro ao alcance do público leitor.

Existem casos em que todas essas operações são desempenhadas por um único agente: o editor, que, possuindo oficinas gráficas, ali elabora suas publicações, além de as vender, posteriormente, em grosso e no varejo, a revendedores como a leitores.

Podemos distinguir, nas atribuições dos diversos agentes supramencionados, três etapas no processo editorial:

- a) a fase pré-industrial;
- b) a fase industrial;
- c) a fase pós-industrial.

A primeira fase compreende as atividades propriamente ditas do editor: aquele que vai à cata e seleciona originais. Quase um empresário, a serviço do autor, mediando entre estes e os demais agentes da editoração. Suas funções, porém, são tipicamente artesanais. Todo o processo, lento e meticuloso, à qual é submetido o original antes que possa receber forma gráfica, é tarefa do editor. Ainda não existe procedimento mecânico, menos ainda eletrônico,

para organizar originais, para planejar uma brochura, para escolha de tipos e adequação de manuscritos para se tornarem aptos a receber tratamento gráfico. Este, sim, é cada vez mais automatizado.

A segunda fase — nem sempre executada pelo editor — abrange a elaboração gráfica, quando se executa o *layout* planejado pelo editor. Compreende as tarefas de composição, impressão e acabamento. Tais atividades, há muito mecanizadas, sofreram nas últimas décadas importantes transformações. Novos processos de composição e impressão foram introduzidos, a par do aperfeiçoamento constante de equipamentos, onde se emprega, em escala crescente, procedimentos eletrônicos. Chama-se, por isso mesmo, fase industrial.

Na fase pós-industrial incluímos a promoção e comercialização do produto. A distribuição, quase sempre, é assumida pela editora. Já a venda ao consumidor, freqüentemente, é desempenhada por terceiros.

Atendidas ou não pelo editor as fases 2 e 3, são sempre atividades de editoração no conceito ampliado.

4 — O CURSO DE EDITORAÇÃO

Após a reformulação dos antigos cursos de jornalismo, pelo Conselho Federal de Educação, em 1969, o significado de editoração passou a receber tratamento acadêmico. Em outubro daquele ano, através da Resolução n.º 11, do CFE, foram fixados os currículos mínimos a serem observados na organização do Curso de Comunicação.

Em conseqüência, a partir de 1970 foi introduzida como obrigatória e comum a todas as habilitações (polivalente ou específica) a disciplina de *Introdução à Editoração*, ao lado das demais técnicas de comunicação.

Pela mesma Resolução foi regulamentada a habilitação específica em *editoração*, para a qual se exige, a par de outras disciplinas da escolha de cada faculdade, o aprofundamento das técnicas de editoração.

Temos, por conseguinte, duas situações distintas para a matéria: numa, as técnicas são ministradas a nível propedêutico, sem preocupação profissionalizante; noutra — com vistas à habilitação específica em editoração — busca-se o aprofundamento das mesmas.

Em decorrência, surgem duas realidades, também distintas: a disciplina de *Introdução à Editoração* e o *Curso de Editoração*. Este, ao que nos consta, está introduzido apenas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e no Curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Estácio de Sá, do Rio de Janeiro. Como disciplina é obrigatória em todos os cursos de Comunicação.

5 — A DISCIPLINA DE EDITORAÇÃO

No presente trabalho desejamos delimitar o objeto desta disciplina. Por ser o signo *editoração* — termo relativamente recente — polissêmico, voltemos a examiná-lo mais de perto. Retomemos as conotações pertinentes ao

significado de editor e editora, sub 1 e 2, para, em seguida, analisar o que entendemos por editoração.

Editor é a pessoa ou entidade que assume a responsabilidade e o risco da publicação de livros; editora é a empresa organizada para desempenhar as atividades de editor.

Alfonso Mangada Sanz(3), no excelente trabalho *Cálculo Editorial*, resume de forma concisa os diferentes conceitos sobre editor e sua profissão. Transcrevendo Datus C. Smith, diz que o editor “usufrui uma espécie de mandato, outorgado pela sociedade, para ganhar dinheiro, neste caso, com a produção de livros”. (4)

Às suas qualidades associa-se o espírito aventureiro, intuição, inquietude e cultura. Mas todas essas qualidades têm que ser governadas por um critério industrial e tino de comerciante. Como diria Unwin: “Para a maioria dos editores, apaixonados pelo seu ofício, o primeiro e principal elemento de um ideal seria o sadio critério literário de um Arnold Bennett, embora não menosprezassem a necessidade nem a conveniência de lhe acrescentar uma parcela da agudeza e do faro comerciais do mesmo Bennett”.(5)

Enquanto José Zendera Fecha afirma que “o editor é quem seleciona os livros, orienta o público, arrisca seu capital e procura a cultura”(6), acrescenta Gustavo Gili Esteve: “A primeira condição de editor, sem a qual sua profissão seria incompreensível, é a vocação, o amor ao livro.”(7)

Em Antônio Houaiss encontramos esta definição de editoração: “É a atividade organizada em forma de empresa para a publicação de livros.”(8)

Para Jaques Chassepot, segundo tese apresentada no XIX Congresso da União Internacional de Editores, em 1972, na cidade de Paris, “a profissão de editor continua assinalada em nossos dias por um certo número de caracteres tradicionais que sempre distinguiram este ofício dos demais. O serviço prestado por um editor — diz ele — consiste, hoje como ontem, em estabelecer uma comunicação entre os autores e o público leitor, por intermédio dum suporte posto à disposição do usuário, em forma de um produto material e reproduzido em um certo número de exemplares. Toda operação editorial se materializa num perigo para o capital, maior do que com qualquer outro produto. O ofício de editor leva sempre consigo um risco sensivelmente mais elevado que qualquer outra profissão, sobretudo se tem como objetivo a difusão de obras de caráter literário, filosófico ou artístico”.

“Hoje como ontem — continua Chassepot — o editor se vê obrigado, ao contrário da maioria dos demais industriais, a criar constantemente um ingente número de produtos (títulos), quase sempre independentes uns dos outros. Esta multiplicação de esforços se faz em parte para assegurar uma repartição do risco. A publicação de todo título novo necessita, em qualquer caso, decisões nas quais deve ser considerada a natureza de todos os custos que intervêm no negócio editorial.”

Acrescenta ainda: “Todas as características mencionadas anteriormente sobre o editor de ontem pode aplicar-se ao editor de hoje. A estas circuns-

tâncias permanentes, após alguns anos, se acrescentaram outras, que modificam sensivelmente a fisionomia da produção:

"1.º) Os riscos têm sido notavelmente incrementados. Ainda que os métodos modernos de comercialização, tais como a venda direta e por agentes, tenham trazido certa garantia sobre o volume de vendas, a possibilidade de vida de um livro, ao contrário, é mais breve que antes. Cada dia aumenta a desproporção entre os títulos que têm um grande número de leitores e o resto do catálogo que vende pequeno número de exemplares.

"2.º) Aparecem constantemente novos meios de difusão de cultura. O editor não pode desinteressar-se por esses novos suportes: diapositivos, microfilmes, fitas magnéticas, cassetes, meios audiovisuais.

"3.º) As necessidades de capital dos editores aumentam consideravelmente. Em conseqüência, as empresas editoras tendem a perder seu cunho de sociedade familiar. Se recorrem ao capital, perdem sua iniciativa, uma vez que se vêem obrigadas a justificar a rentabilidade de suas inversões."(9)

Das conceituações dadas se depreende, pois, que editora é empresa, companhia, sociedade, associação ou grupo de qualquer classe dedicado à difusão cultural.

Temos, portanto, a editora como casa publicadora, entidade organizada para dar forma à mensagem cultural, artística ou científica, concebida pelo autor e que se pretende levar ao público. É verdade que nos registros comerciais existem centenas de firmas sob a denominação de editora, que jamais pensaram em imprimir um livro ou produzir qualquer meio de difusão da cultura. Nem têm porte para tanto: pequenas indústrias gráficas que, por falta de legislação reguladora do uso do termo, se constituem como "editoras", sem qualquer adequação.

Deduzimos de tudo isso que o signo editoração pode ser tomado em três sentidos: a) em sentido restrito, para designar as atividades do departamento editorial de uma editora; b) em sentido amplo, abrangendo as três fases do processo intermediário entre a criação e o consumo do livro; c) em sentido amplíssimo, compreendendo a produção de qualquer meio de difusão cultural.

O sentido amplo expande o restrito. Neste significamos apenas a fase pré-industrial, preparação dos originais, adequando-os ao prelo. Ao passo que no sentido amplo incluímos também as fases industrial e pós-industrial, quer dizer, as operações de multiplicação de cópias do objeto livro, bem como sua distribuição e comercialização.

No sentido amplíssimo entende-se por editoração — inclusive nos meios acadêmicos — a produção de discos, cassetes, microfilmes, diapositivos e outros assemelhados.

Há mesmo quem diga que editoração é, por igual, a produção de programas radiofônicos ou de TV, além de filmes e cassetes. Só falta mesmo

dizer que ensaio de teatro é também editoração, para abranger todas as técnicas dos cursos de Comunicação.

Com relação a filmes, discos e cassetes, alega-se que, embora os meios divirjam, o fim é semelhante. O ensino de qualquer técnica de comunicação de massa resultaria, pois, em treinamento editorial.

Polissemia tão ampla parece um exagero. Estariam sendo esvaziados os conteúdos das demais disciplinas. Existem as introduções e técnicas de Rádio, TV, Cinema, Jornal e Periódico etc.

Não pretendemos, como já assinalamos, polemizar. Entretanto, parecemos que tal abrangência, além de contrária à regulamentação dos cursos, invadindo áreas de outras disciplinas, viria a criar um problema docente muito sério. Como encontrar professor de editoração, capaz não só de dominar todas estas áreas, mas ainda de prestar informações profissionais competentes e constantemente atualizadas?

Resultado: vários professores teriam que assumir o encargo. O melhor mesmo seria dividir... Deixar aos técnicos de TV, rádio, cinema, teatro a incumbência de formar o profissional respectivo.

E os meios gráficos? Mais próximo da realidade estaria englobar as técnicas de Jornal, de Periódico e de Livro, ou seja, os impressos bibliográficos, na disciplina de editoração. Entretanto, tamanhas são as diferenças na produção de um ou de outro, que ainda aqui o melhor é separar para entender e especializar para conhecer.

Não existem as disciplinas para as técnicas de produção de discos e cassetes? Bem, uma boa solução seria criá-las, uma vez que cabe às escolas a criação de disciplinas complementares que o currículo mínimo não abrange.

6 — NECESSIDADE DE ESPECIFICAÇÃO

Como chamar a produção de discos e cassetes? De editoração? Por que não? Do ponto de vista semântico, nada em contrário, porquanto é o uso que gera a língua e leva à dicionarização. Não se poderia deixar, entretanto, de especificar: editoração de discos, editoração de microfimes, editoração de cassetes etc. Aliás, existem cassetes de som e cassetes de imagem. Os primeiros poderiam ligar-se à editoração de discos; os segundos às técnicas de editoração de filmes ou de cinema.

Percebemos, portanto, a necessidade de especificar. Conforme já mencionamos, existem duas situações no ensino da editoração:

- a) o curso de editoração, com abrangência extensiva;
- b) a disciplina de editoração, a nível propedêutico.

No curso devem ser desenvolvidas evidentemente as técnicas em nível mais profundo, com vistas à formação profissional de editores. Editores de que?

Novamente sentimos necessidade de especificação, com vistas à especialização. Não se pode, a nosso ver, formar de uma só vez o especialista polivalente. Este, aliás, é um problema mais amplo nos cursos de Comunicação. Um anacronismo. As exigências do mundo moderno, cada vez mais tecnicistas, requerem profissionais competentes. Especialistas, mesmo dentro das diversas áreas: seja rádio, televisão, imprensa ou qualquer outra. A era do enciclopedismo já passou.

Já no I Encontro Nacional de Escolas de Comunicação, em Salvador, realizado logo após a implantação de alguns cursos polivalentes no país, tal opção era considerada absurda. Recomendou o plenário daquele conclave, com relação ao currículo polivalente, “a reformulação da Resolução n.º 11/69, do Conselho Federal de Educação, visando a adequá-la à realidade e às necessidades do ensino da Comunicação e a total eliminação, por inconveniente e impraticável, da chamada habilitação polivalente”.

Nem seriam de estranhar as dificuldades que estão encontrando os egressos dos cursos polivalentes para o registro profissional junto ao Ministério do Trabalho. Não estamos a par da problemática. Apenas sabemos pela imprensa que o referido Ministério se tem negado a efetuar registro de comunicador polivalente. É válida a resistência? Parece que sim. Com efeito, o polivalente, a rigor, não é especialista em nada. Quem entende um pouquinho de tudo, será profissional em que? A melhor solução, no caso, teria sido que todas as escolas optassem apenas pelo curso polivalente, em grande vantagem para seus alunos. Afinal de contas, seria bem melhor ter um diploma que abre qualquer porta para o exercício profissional, desde a redação de um jornal aos estúdios de cinema; desde o estúdio de cassetes a escritórios de relações públicas.

Insistimos, pois, na necessidade de especificar também na editoração para chegar à especialização.

No curso de editoração seriam aprofundados os aspectos superficialmente abordados na disciplina de Introdução à Editoração.

7 — OBJETO DO ESTUDO EDITORIAL

Quais seriam os conteúdos da disciplina?

Queremos aqui acenar para um possível roteiro para os conteúdos programáticos. Geralmente um semestre, com carga horária de 3 h/s é curto para uma abordagem satisfatória. O que apresentamos pode servir de sugestão. Podem ser incluídos novos tópicos e outros podem ser excluídos. Sempre a nível dos interesses regionais ou locais.

Na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o programa abrange geralmente os seguintes conteúdos:

1 — Editoração:

1.1 — Conceito, objetivos, campo de aplicação;

- 1.2 — Elementos básicos da editoração: autor, editor, impressor, distribuidor.
- 2 — Produto editorial:
 - 2.1 — Classificação dos impressos bibliográficos: livros, periódicos, folhetos etc.;
 - 2.2 — A indústria do livro: matéria-prima, produção mundial e do Brasil;
 - 2.3 — Prática: discussão em grupos sobre taxionomia dos impressos.
- 3 — O livro:
 - 3.1 — Conceituação e funções do livro;
 - 3.2 — Características do livro;
 - 3.3 — Perspectivas futuras do livro;
 - 3.4 — O livro no Brasil;
 - 3.5 — Atividade: relacionar e analisar os elementos valorizadores do livro.
- 4 — A revista:
 - 4.1 — Conceituação e funções;
 - 4.2 — A revista como meio de informação;
 - 4.3 — Revista x jornal;
 - 4.4 — Diagramação: boneco.
- 5 — O editor:
 - 5.1 — Campo de atividades;
 - 5.2 — Preparo profissional;
 - 5.3 — Qualidades requeridas;
 - 5.4 — Prática: entrevista com um editor.
- 6 — A editora:
 - 6.1 — A empresa editorial, sua organização;
 - 6.2 — Funcionamento da editora;
 - 6.3 — Funções do Departamento Editorial;
 - 6.4 — Prática: Visita a uma editora.
- 7 — O processo editorial:
 - 7.1 — Elaboração de originais;
 - 7.2 — Preparo de originais;
 - 7.3 — Planejamento editorial: *layout*;
 - 7.4 — Prática: Exame de originais.
- 8 — O impressor:
 - 8.1 — Procedimentos gráficos;
 - 8.2 — Processos de composição e impressão;
 - 8.3 — Acabamento editorial;
 - 8.4 — Prática: Visita à Gráfica da UFRGS.
- 9 — O autor:
 - 9.1 — Propriedade literária (intelectual);
 - 9.2 — Direitos autorais: legislação brasileira e acordos internacionais;

- 9.3 — Cessão de direitos; prazos usuais, contratos;
- 9.4 — Prática: Exame de contratos de direitos autorais.
- 10 — Distribuição editorial:
 - 10.1 — Comércio do livro e da revista;
 - 10.2 — Livraria e banca;
 - 10.3 — O livreiro: funções, condições, preparo profissional;
 - 10.4 — Prática: Visitar (individualmente) uma livraria e relatar por escrito sua organização.
- 11 — Autores estrangeiros:
 - 11.1 — Tradução e adaptação;
 - 11.2 — Importação e exportação de livros;
 - 11.3 — Autores brasileiros no exterior.
- 12 — História do livro:
 - 12.1 — Primórdios e bibliotecas antigas;
 - 12.2 — O invento de Gutemberg;
 - 12.3 — O livro moderno.
- 13 — Livro e cultura de massa:
 - 13.1 — O livro como veículo de comunicação;
 - 13.2 — Cordel;
 - 13.3 — Fascículos;
 - 13.4 — Jornal livro.
- 14 — Livro de bolso:
 - 14.1 — Características e funções;
 - 14.2 — História do livro de bolso.
- 15 — O livro infantil:
 - 15.1 — Características e funções;
 - 15.2 — Como formar o hábito de leitura.
- 16 — O livro didático:
 - 16.1 — Funções e características;
 - 16.2 — Comercialização de livros-texto;
 - 16.3 — Co-edições.
- 17 — O livro ilustrado:
 - 17.1 — Valor e função da ilustração;
 - 17.2 — Quadrinhologia.
- 18 — Agentes promotores do livro:
 - 18.1 — UNESCO;
 - 18.2 — Instituto Nacional do Livro;
 - 18.3 — Câmara Brasileira do Livro; Associação de Editores e Livreiros.
- 19 — A biblioteca:
 - 19.1 — Organização e funções da biblioteca;
 - 19.2 — Sistemas de classificação;
 - 19.3 — Serviço de referência e assistência a leitores.

8 — CONCLUSÕES

Alongamo-nos bastante, buscando fundamentar melhor as proposições. À vista do exposto, poderiam ser formuladas as seguintes conclusões:

1.^a) O termo editoração é polissêmico, podendo ser tomado em três sentidos, pelo menos. Historicamente seu significado foi sendo expandido. Da significação restrita, compreendendo as atividades propriamente ditas do editor, passou a significar todo o processo que medeia entre a criação do livro e seu consumo. Abrange, neste sentido, três fases: a) fase pré-industrial; b) fase industrial; c) fase pós-industrial.

2.^a) Há duas situações distintas em que a matéria deve ser considerada no ensino superior: a) o Curso de Editoração, cujo objetivo deve ser a formação do editor profissional; b) a disciplina de Introdução à Editoração, ministrada como embasamento cultural e técnico a todos os profissionais da comunicação. Como disciplina, não pretende formar especialistas, mas limita-se a diversos aspectos do processo editorial, dando ao aluno conhecimento superficial, a exemplo das demais introduções às diferentes técnicas.

3.^a) Necessidade de especificar: A polivalência é condenável por diversos fatores. O editor polivalente não é técnico em nada, como não o é o comunicador polivalente. Daí ser necessário distinguir. A nível de introdução deve a disciplina restringir-se à editoração no sentido amplo, limitando-se por conseguinte à produção de livros.

9 — REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 — RANGEL, Maria Lúcia — Fascículos: a florescente indústria da cultura em fatias. *Jornal do Brasil*, 13-07-74, Caderno B, p. 4.
- 2 — HOUAISS, Antônio — Elementos de Bibliologia. Rio de Janeiro, Instituto Nacional do Livro, 1967, p. 4.
- 3 — SANZ, Afonso Mangaba — *Cálculo editorial; fundamentos económicos de la edición*. Madrid, Paraninfo, 1972.
- 4 — SMITH, Datus C. in SANZ, op. cit., p. 20.
- 5 — UNWIN, Sir Stanley — *O que é uma editora*. Rio de Janeiro, Record, 1960, p. 25.
- 6 — FECHA, J. Zendera in SANZ, op. cit., p. 21.
- 7 — ESTEVE, Gustavo Gili in SANZ, op. cit., p. 22.
- 8 — HOUAISS, Antônio — Op. cit., p. 41.
- 9 — CHASSEPOT, Jaques — XIX Congresso da União Internacional de Editores. In SANZ, op. cit., pp. 23-4.