

Política editorial: uma definição alternativa

Celuta Moreira Cesar Machado
Instituto de Economia Agrícola (IEA)
01000 São Paulo, SP

Resumo – Proposição de uma definição de política editorial centrada no conceito de texto como estratégia discursiva. Análise dos componentes extratextuais e daqueles relativos à organização da mensagem. O papel dos Conselhos Editoriais nas instituições públicas.

Ao aceitarmos o convite para participar desta Sessão Especializada do 6º Seminário sobre Publicações Oficiais Brasileiras, a amplitude do termo “política editorial” já nos fez enfrentar, de saída, uma dificuldade: a escolha de uma vertente de análise, que servisse de fio condutor à nossa incursão num tema tão vasto e polêmico. Ao tentarmos, porém, proceder a esta escolha necessária, deparamo-nos com um problema, que, aliás, ocorre com frequência quando somos levados a refletir, de forma razoavelmente sistemática, sobre aquilo que nos é familiar, no caso a imprecisão do termo objeto de nossa discussão.

O que é política editorial? A nossa dificuldade em responder a essa pergunta tem, talvez, a sua razão de ser. Embora nenhum Estado possa prescindir de uma política editorial, nem sempre a encontramos definida de uma forma explícita e articulada. O mais comum é que ela se ache implícita a um conjunto de práticas fragmentadas, que têm lugar em espaços institucionais diferenciados.

Pouco ajuda, também, recorreremos a uma definição generalizante ditada pelo bom senso, e afirmarmos que política editorial é um conjunto de normas e diretrizes destinadas a orientar a utilização dos recursos humanos e materiais envolvidos na produção de publicações.

Em vista disso, aproveitamos essa oportunidade para arriscarmos uma operacionalização do conceito de política editorial, tomando como ponto de partida alguns dos elementos que, segundo BORDENAVE & CARVALHO (1979), devem compor uma política de comunicação.

Trazendo esses elementos para o campo específico das publicações, podemos dizer que o primeiro passo consiste, então, na análise do sistema ao qual se pretende aplicar a política editorial. Decerto, sob a rubrica “publicações oficiais”, encontramos uma variedade considerável de produtos gráficos, gerados por instituições também diversificadas, o que nos propõe, pelos menos, duas questões:

- 1ª) já se dispõe de um conhecimento sistematizado, não apenas sobre as publicações editadas pelo setor público, como também sobre as estruturas editoriais existentes nesses órgãos?
- 2ª) em função da diversidade da produção, devemos almejar a definição de uma política editorial geral ou devemos nos preocupar em garantir a sua setorização ou, até mesmo, em tentar estimular a sua definição de forma individualizada, visando atender às especificidades de cada instituição?

Outro aspecto a ser considerado é a finalidade, a razão de ser, do sistema editorial público. Com que intenção ele foi criado? Essa questão, que nos coloca frente a frente com a função social do Estado versus os interesses e as responsabilidades do setor privado, exige também um tratamento detalhado, para que possamos visualizar as funções a serem cumpridas pelas publicações oficiais.

A eficácia de uma política editorial depende, também, da clara definição das faixas de público e da natureza das informações veiculadas nas diversas publicações, além da avaliação crítica da própria mensagem, pois, como TRAGTENBERT (1979) nos lembra, não podemos nos esquecer dos fins formativos do conhecimento, sob pena de elegermos o controle burocrático da produção do saber como suprema virtude.

Finalmente, há uma série de aspectos políticos, legislativos, sociais, éticos, técnicos e econômicos que não podem ser deixados de lado quando da definição de uma política editorial, quer a nível nacional, setorial ou institucional.

Partindo dessa apresentação esquemática, parece-nos pertinente salientar a natureza diferenciada dos elementos que integram qualquer política editorial. Devemos distinguir, ao menos, entre os seus componentes extratextuais – indicando, com isso, não só os aspectos contextuais como também as estruturas editoriais existentes e a opção política explicitada nas funções atribuídas ao sistema editorial – e aqueles do intracódigo, ou seja, relativos à organização da mensagem e, conseqüentemente, às habilidades interpretativas exigidas do leitor.

Nessa perspectiva, política editorial pode ser definida como um conjunto, não de normas, mas sim de estratégias que visam estabelecer a convivência – o mais pacífica possível – entre os componentes extratextuais e aqueles do intracódigo, visando direcionar a produção de publicações de forma a fazê-las cumprir sua função social e seu destino enquanto produto de linguagem.

Se vamos trabalhar com o conceito de estratégia, isso pressupõe, como primeiro passo, a demarcação do nosso território de atuação. Em um nível mais geral, a questão parece estar centrada, como bem assinalou A. Houaiss nos Anais do 4º SPOB (1981), na divisão de trabalho entre a editoração oficial e a editoração privada, visando traçar um divisor de águas que espelhe as finalidades das publicações oficiais. Nesse sentido, parece-nos viável pensar na formulação de diretrizes aplicáveis a todo o setor público. Por outro lado, isso nos sugere, também, a necessidade de um intercâmbio profundo entre os órgãos que compõem esse setor, com o objetivo de difundir o conhecimento do que é editado e, em função disso, conciliar, quem sabe, as estratégias específicas formuladas pelas diversas instituições que trabalham num mesmo campo.

Por sua vez, a demarcação de um território envolve, para cada instituição que irá atuar nesse espaço, uma outra tarefa, não menos complexa: a eleição de critérios de seleção e avaliação do material enviado para publicação. São esses critérios que funcionam como guardiões de fronteira, por assim dizer, evitando invasões ou recuos dentro de uma área de atuação definida, garantindo não só a coerência das linhas editoriais das instituições, como também o cumprimento da função social de suas publicações, fazendo com que a informação seja publicada no canal adequado e absorvido pelo seu público alvo.

Como se pode inferir, a eleição desses critérios corresponde à zona limítrofe em que os componentes extratextuais se mesclam aos do intracódigo, como pretendemos mostrar a seguir.

É evidente que nos apropriamos dos meios de comunicação com o objetivo de fazê-los cumprir uma ou mais funções. Assim, por exemplo, quando uma instituição publica um texto contendo a análise de um dado acontecimento ou dos resultados de uma pesquisa, o código lingüístico está sendo utilizado com a função de gerar uma interpretação. Essa função – “interpretação” – é diferente daquela que subjaz à divulgação de normas ou diretrizes, que poderia ser denominada de “prescrição”.

Nem sempre, porém, se dá a devida atenção ao fato de que as diversas

funções a que se prestam os meios de comunicação implicam intenções e conteúdos diferentes, como assinalaram BORDENAVE & CARVALHO (1979) e como já fizemos notar em outra oportunidade, quando escrevemos: “A ciência, movida por um propósito diferente daquele que anima a literatura, debruça-se sobre o real e dele extrai, por exemplo, a descrição de um exemplar de *Narcissus poeticus* como uma erva bolbosa, da família das amarilidáceas. O poeta também se debruça sobre o real e nele prescruta a flor que não está em nenhum buquê”, como diria Mallarmè; MACHADO et alii (1984, p. 58).

Em outras palavras, podemos dizer que a função que guia a elaboração de uma publicação determina a natureza do texto e, portanto, a sua forma de organização enquanto linguagem. Como decorrência, determina também as faixas de público que serão atingidas, pois define as habilidades interpretativas que serão exigidas do leitor para a decifração da mensagem veiculada.

Essas nossas observações não têm outro propósito senão o de salientar a intimidade que todos nós, que de uma forma ou de outra nos encontramos envolvidos com atividades editoriais, devemos ter com a lógica de engendramento da linguagem verbal. Essa intimidade, se é menos necessária, aparentemente, no processo de definição de uma política editorial de âmbito nacional, dado o seu próprio caráter geral, é essencial, porém, quando enfrentamos a tarefa de operacionalizar suas recomendações no contexto específico de uma instituição, quando temos de decidir o que será publicado, de que forma e em que veículo.

Supondo que a eleição de critérios de seleção e avaliação seja uma etapa superada, ingressemos, agora, na esfera do intracódigo propriamente dito. Também aqui encontramos margem para a aplicação de diretrizes e de recomendações definidas em âmbito nacional, como, por exemplo, a definição de normas mínimas a serem seguidas nas publicações oficiais. Sabemos, porém, que essas normas, embora vitais, não dão conta de todos os problemas envolvidos na chamada adequação da linguagem. Do mesmo modo, o controle de qualidade técnico-científica ou de correção não esgotam as dificuldades que todo texto nos propõe. Isto porque, como ECO (1986) nos chamou atenção, todo texto é, na verdade, uma estratégia discursiva que prevê, de antemão, o seu destinatário como condição da sua capacidade de comunicação e da sua potencialidade significativa. O que isso significa? ECO (1986, p.39) nos responde através da seguinte afirmativa: **“o texto é um produto cujo destino interpretativo deve fazer parte do próprio mecanismo gerativo. Gerar um texto significa executar uma estratégia de que fazem parte as previsões dos movimentos dos outros – como, aliás, em qualquer estratégia”**.

Desse modo, se o esforço dispendido na definição de uma política editorial visa assegurar, como indicam as recomendações dos Seminários anteriores, o ajuste das publicações ao universo presumível dos leitores, a correta seleção das informações e a utilização adequada dos veículos de divulgação, isso significa que devemos ser capazes de desnudar a estratégia discursiva de um texto a ser publicado. Mais ainda, isso vem confirmar a necessidade, enfaticamente explicitada no 4º Seminário, de criar, em todos os órgãos públicos, Comitês ou Conselhos Editoriais, que definam a linha editorial e os objetivos institucionais das publicações sob sua responsabilidade. Julgamos que, diante desta perspectiva que enfrenta o texto como estratégia, esses Comitês têm a atribuição não só de selecionar o que será publicado, mas, principalmente, de instruir seus autores potenciais, através da elaboração de diretrizes que reflitam a articulação entre objetivos institucionais e a capacidade de representação do código lingüístico, ou seja, que os instrua quanto às formas de organização textual mais adequadas à transmissão das informações que se quer levar a público.

Essa última observação envolve uma outra questão bastante complexa, assinalada por SANTAELLA BRAGA (s.d.), qual seja, saber em que medida a linguagem escrita é capaz de criar mensagens que não poderiam, dada a sua especificidade, ser geradas por outros veículos. Diante do desenvolvimento dos meios de reprodução técnica, nenhuma política editorial pode ignorar, hoje, o potencial estratégico dessas novas linguagens no processo de registro e disseminação da informação.

Finalmente, queremos trazer para discussão neste Seminário a sugestão de que sejam envidados esforços no sentido de se obter, junto aos órgãos competentes, recursos destinados à criação de um Programa de Pesquisa, que teria por objetivo geral avaliar a produção editorial do Estado.

Tal programa poderia, por exemplo, ser composto de estudos desenvolvidos a nível estadual e/ou setorial, com o objetivo de dimensionar a capacidade produtiva das estruturas editoriais públicas e de analisar, qualitativa e quantitativamente, uma amostra das publicações oficiais brasileiras.

Julgamos que os resultados que poderiam ser obtidos através de um programa dessa natureza contribuiriam de forma decisiva para a definição, por parte do Estado, de uma política editorial justa e pertinente. Mais ainda, esses resultados garantiriam – se pudermos nos beneficiar dos conhecimentos acumulados pelo desenvolvimento das ciências da linguagem, da comunicação, da informação e documentação – a efetiva operacionalização de suas diretrizes, pois política se faz também no trabalho com e na linguagem. Acreditamos que, sendo maior a nossa intimidade com a matéria-prima com que diariamente trabalhamos, certamente poderemos prestar o nosso auxílio, de forma mais eficaz, ao processo de cooperação interpretativa que todo texto desencadeia entre autor e leitor.

Abstract – Proposition of an editorial policy definition based on concept of text as discursive strategy. Analyse of the extratextuals components and those relate to message organization. The role of the Editorial Councils in the public institutions.

Referências bibliográficas

1. BORDENAVE, J.D. & CARVALHO, H.M. de. **Comunicação e planejamento**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979. 247p. (Coleção Educação e Comunicação, v.2).
2. ECO, U. **Lector in fabula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos**. São Paulo, Perspectiva, 1986. 219p. (Coleção Estudos, v.89).
3. MACHADO, C.M.C. et alii. **Critérios para divulgação da pesquisa científica: uma aplicação da semiótica peirceana**. São Paulo, Secretaria de Agricultura e Abastecimento, IEA, 1984. 69p. (Série Relatório de Pesquisa, 4/84).
4. SANTAELLA BRAGA, M.L. Lendo o problema da leitura. **Cadernos PUC**, v.8, s.d., p.3-10.
5. SEMINÁRIO SOBRE PUBLICAÇÕES OFICIAIS BRASILEIRAS, 5., Brasília, 1981. Brasília, Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 1981. **Anais...** p.9-15.
6. TRAGTENBERG, M. **A delinqüência acadêmica: o poder sem saber e o saber sem poder**. São Paulo, Rumo, 1979. 83p.