



Universidade de Aveiro

2021

**JESSICA CAROLINE
KILPP**

**A edição contemporânea
fora da curva: testemunhos
de editores brasileiros e
portugueses**



Universidade de Aveiro

2021

**JESSICA
CAROLINE KILPP**

A edição contemporânea fora da curva: testemunhos de editores brasileiros e portugueses

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção de grau de Mestre em Estudos Editoriais, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Cristina Carrington, Professora Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro e coorientação da Doutora Vera Cristina Fontes Teixeira Vale, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

o juri

presidente

Prof. Doutora Ana Margarida Corujo Ferreira Ramos

Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

vogais

Prof. Doutora Conceição Maria Oliveira da Cunha (arguente)

Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Maria Cristina Matos Carrington da Costa

Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (orientadora)

agradecimentos

Às orientadoras Cristina Carrington e Vera Vale pela dedicação ao meu projeto e à minha pesquisa.

Aos entrevistados, que contribuem imensamente ao mundo da leitura.

Agradeço especialmente aos meus pais, Raul e Terezinha, pelo incentivo ao estudo e pelo apoio incondicional em meus projetos.

Ao meu marido, Chico, pelo amor, pelo suporte emocional e pela confiança que sempre desperta em mim.

À minha amiga Paula, pela parceria e pelo carinho no mestrado e na vida.

“Um escritor sem um bom editor por trás é uma comédia que acabará em tragédia”.

João Tordo (2020)

palavras-chave

edição contemporânea, editores brasileiros, editores portugueses, bibliodiversidade, edição independente

resumo

A partir da compreensão de que o espaço editorial contemporâneo é um mercado marcadamente dominado por grandes grupos editoriais, esta dissertação busca analisar as práticas de editores brasileiros e portugueses que fogem ao padrão hegemônico de publicação de livros. O termo independente é utilizado como uma categoria inicial para as entrevistas semi-estruturadas realizadas com cinco editores do Brasil e cinco de Portugal. A partir da análise de conteúdo das entrevistas, estabeleceram-se nove categorias para melhor avaliar as percepções destes profissionais sobre suas editoras, os seus campos de edição e os conceitos de independência e bibliodiversidade. Esta pesquisa conclui que o uso do termo independente não é consensual entre os editores, mas que suas editoras influenciam diretamente o mercado e representam modelos contemporâneos de edição relevantes para a promoção da bibliodiversidade.

keywords

contemporary publishing, Brazilian publishers, Portuguese publishers, bibliodiversity, independent publishing

abstract

This dissertation understands the contemporary publishing field as a market dominated by editorial conglomerates. Therefore, it uses the concept of independency, or independent publishing, to interview ten contemporary publishers: five from Brazil and five from Portugal. The objective is to analyse their practises, as they represent examples of publishers who drift from the dominant context in the editorial field. The content analysis method is used to divide the interviews into nine categories, which include their perceptions on their publishing houses, the publishing field, and the concepts of independency and bibliodiversity. The results show that there is no consensus among these professionals regarding the concept of independency, although they all represent relevant, contemporary editorial models that promote bibliodiversity and can influence the editorial agenda.

Índice

1. Introdução	11
2. Enquadramento teórico	13
2.1 O espaço editorial contemporâneo	13
2.2 O termo independente	16
2.3 Bibliodiversidade	20
2.4 Associativismo e parcerias	22
2.5 Brasil e Portugal	24
2.6 Motivações para editar (ou o papel do editor)	26
2.7 Cadeia do livro e percursos editoriais	27
3. Metodologia	29
4. Apresentação das editoras	33
4.1 Editoras brasileiras	33
4.1.1 <i>Dublinense</i>	33
4.1.2 <i>Monomito Editorial</i>	35
4.1.3 <i>Libretos</i>	36
4.1.4 <i>Editora Malê</i>	37
4.1.5 <i>Editora Elefante</i>	39
4.1.6 <i>Informações tabuladas: Brasil</i>	40
4.2 Editoras Portuguesas	41
4.2.1 <i>E-Primatur</i>	41
4.2.2 <i>Gato Bravo</i>	42
4.2.3 <i>Língua Morta</i>	44
4.2.4 <i>Companhia das Ilhas</i>	46
4.2.5 <i>Dois Dias Edições</i>	47
4.2.6 <i>Informações tabuladas: Portugal</i>	49
4.3 Considerações sobre o <i>corpus</i> da pesquisa	50
5. Análise das entrevistas: categorização	52
5.1 O editor, seu papel e suas motivações para abrir uma editora	52
5.1.1 <i>Editores no Brasil</i>	52
5.1.2 <i>Editores em Portugal</i>	54
5.2 O termo independente	56
5.2.1 <i>Editores no Brasil</i>	56
5.2.2 <i>Editores em Portugal</i>	59
5.3 Bibliodiversidade	62

5.3.1 Editores no Brasil.....	63
5.3.2 Editores em Portugal	65
5.4 Cadeia do livro e percursos editoriais.....	67
5.4.1 Editores no Brasil.....	67
5.4.2 Editores em Portugal	70
5.5 Associativismo, parcerias e feiras do livro	73
5.6 Contextos brasileiro e português.....	75
5.7 Futuro da editora.....	76
5.8 Pandemia.....	78
5.9 Profissionais da editora.....	78
6. Conclusão.....	80
7. Referências bibliográficas	83
8. Netgrafia.....	87
9. Referências: entrevistas da pesquisa	88
10. Guião das entrevistas.....	89

Índice de tabelas

Tabela 1. Editoras atuantes no Brasil

Tabela 2. Editoras atuantes em Portugal

Tabela 3. Comparativo Editoras do Brasil

Tabela 4: Números Editoras do Brasil

Tabela 5: Comparativo Editoras de Portugal

Tabela 6: Números Editoras de Portugal

Tabela 7: Motivações para editar: Brasil

Tabela 8: Motivações para editar: Portugal

Tabela 9: Cadeia do livro e percursos editoriais: Brasil

Tabela 10: Cadeia do livro e percursos editoriais: Portugal

Índice de figuras

Figura 1: Livros da Não Editora

Figura 2: Livros da Dublinense

Figura 3: Livros da Monomito Editorial

Figura 4: Livros da Libretos

Figura 5: Livros da Editora Malê

Figura 6: Livros da Editora Elefante

Figura 7: Livros da E-Primatur

Figura 8: Livros da Gato Bravo

Figura 9: Livros da Língua Morta

Figura 10: Livros da Companhia das Ilhas

Figura 11: Livros da Dois Dias Edições

1.Introdução

Esta dissertação, inserida no programa de Mestrado em Estudos Editoriais pela Universidade de Aveiro, tem como objetivo geral compreender práticas contemporâneas de edição no Brasil e em Portugal, principalmente aquelas que fogem ao modelo hegemônico de publicação de livros. Este modelo é compreendido como um mercado editorial no qual prevalecem grandes grupos editoriais – conhecidos como gigantes da edição – os quais possuem grande poder financeiro e articulam-se de modo a adquirir editoras menores para garantir monopólios ou oligopólios no espaço editorial. Como consequência, este fenômeno compromete a diversidade dos livros oferecidos nas livrarias, os quais tenderão assim a seguir determinadas fórmulas de sucesso e a abordar temáticas e vivências muito semelhantes.

No entanto, um leitor atento percebe que há sempre exceções. Observam-se diversas iniciativas editoriais que apresentam “algo de diferente” em relação a este modelo. Muitas vezes, denominam-se ou são chamadas de *editoras independentes*, empresas ou grupos que promovem a bibliodiversidade. Mas o que significa esta independência? É possível encontrar uma definição única para este conceito nos estudos sobre esta matéria? Há consensos acerca do tema no campo editorial atual? Qual a percepção de editores sobre a diversidade de títulos oferecidos nas livrarias?

Este trabalho busca, então, responder a estes questionamentos e também ao problema seguinte: “Sob a perspectiva inicial da edição independente, como editores contemporâneos do Brasil e de Portugal percebem suas práticas editoriais na produção de livros?”. Portanto, entende-se que é necessário relacionar a teoria à prática e ter como fonte direta os editores, conforme sugere Bordieu (2018), neste caso, aqueles que se autointitulam *independentes* ou cujo trabalho se apresenta como “fora da curva”. Com este intuito em mente, cinco editores brasileiros e cinco editores portugueses foram entrevistados e o material resultante destas conversas é o *corpus* desta pesquisa.

Para chegar à análise dos dados obtidos, começou-se por uma revisão bibliográfica a partir de Bordieu (2018), Schiffrin (2001), Thompson (2012), Hawthorne (2014), Muniz (2016) e Gomes (2018) para melhor poder compreender o mercado e a prática editorial, o papel e as motivações do editor na promoção da bibliodiversidade e as possíveis definições para o termo *independente*. Neste momento, entende-se que não há consensos e que não é possível enquadrar todos os editores aqui analisados como representantes de um mesmo grupo. Conforme Muniz (2016), surgem diferentes disputas neste contexto

editorial, as quais não se limitam a grandes conglomerados *versus* editoras menores, ou *independentes*. No entanto, este é um ponto de partida interessante para iniciar a discussão sobre o espaço editorial contemporâneo e compreender as práticas dos entrevistados.

Em seguida, é apresentada a metodologia escolhida: o método de pesquisa qualitativo, mais especificamente a análise de conteúdo e entrevistas semi-estruturadas, conforme Bardin (1977), Manzini (2004) e Guerra (2006). As perguntas das entrevistas foram previamente pensadas e incluídas em um guia, a partir da bibliografia estudada. Todas as entrevistas foram realizadas por telefone ou videochamada entre os meses de março e novembro de 2020; a organização e a categorização dos dados foram feitas através do software NVivo.

No capítulo 4, é feita uma descrição e uma caracterização das editoras analisadas. Dentre as brasileiras, estão: Dublinense, Monomito Editorial, Libretos, Editora Malê e Editora Elefante. As portuguesas foram: E-Primatur, Gato Bravo, Língua Morta, Companhia das Ilhas e Dois Dias Edições. Posteriormente, no capítulo 5, é feita a apresentação das categorias de análise criadas a partir das entrevistas, divididas entre teóricas e emergentes:

a) **teóricas:** 1. *O editor, seu papel e suas motivações para abrir uma editora*, 2. *O termo independente*, 3. *Bibliodiversidade*, 4. *Cadeia do livro e percursos editoriais*, 5. *Associativismo, parcerias e feiras do livro* e 6. *Contextos brasileiro e português*

b) **emergentes:** 7. *Futuro da editora*, 8. *Pandemia* e 9. *Profissionais da editora*.

No capítulo 6, serão apresentadas as conclusões obtidas a partir da pesquisa. Reforça-se que o objetivo deste trabalho não é tanto definir *o que é independente*, mas observar as diferentes práticas editoriais possíveis a partir de iniciativas divergentes no atual contexto editorial. Por fim, encontram-se as referências bibliográficas e os anexos (transcrições integrais de todas as entrevistas realizadas e respectivas autorizações dos entrevistados).

2. Enquadramento teórico

Como referências teóricas, este trabalho utiliza principalmente ideias e considerações teóricas de Bordieu (2018), Schiffrin (2001), Thompson (2012), Hawthorne (2014), Muniz (2016) e Gomes (2018) em relação ao mercado e à prática editorial, ao papel e às motivações do editor na promoção da bibliodiversidade e à importância de pensar o termo *independente* como uma “categoria de compreensão dessa realidade” (Muniz, 2016, p. 56). Para tanto, foram realizadas entrevistas com dez editores contemporâneos, cinco do Brasil e cinco de Portugal, cuja categorização e análise serão apresentadas posteriormente. Gostaríamos de salientar que não é nosso objetivo, com este trabalho, definir *o que é* uma editora independente ou realizar uma “vigilância epistemológica”, conforme Muniz (2016, p.55), de forma a validar, ou não, as identidades das editoras estudadas. Mas busca-se compreender como esses editores percebem suas próprias práticas e como essas experiências no terreno se relacionam com a bibliografia existente.

2.1 O espaço editorial contemporâneo

Atualmente, o “campo editorial” (Bordieu, 2018), ou “espaço editorial contemporâneo”, conforme o chama Muniz (2016), é marcado pelo domínio de “gigantes” da edição, mudança que se fortaleceu a partir da década de 1990 no período pós-Guerra Fria (Schiffrin, 2001). Estes “gigantes” representam grandes grupos econômicos – oligopólios ou monopólios – que passaram a comprar editoras menores e mais ligadas à tradição da edição ou dos negócios familiares; conforme o autor, observam-se então vastas transformações no fazer editorial, no qual livros sem apelo comercial ou altas prospecções de lucro nunca serão considerados para publicação pelos setores financeiros destas editoras. O editor passa a ser um empresário, cujo objetivo maior é alcançar ambiciosas metas de tiragens e vendas. Àqueles que não foram ainda absorvidos por essa lógica, resta tentar adaptar-se a disputas desiguais por espaço nas livrarias e nos canais de publicidade (Bordieu, 2018).

Bordieu (2018) explica que muitos editores com anos de tradição, ou seja, inicialmente reconhecidos pelo seu capital simbólico (e pela qualidade de suas

publicações), agora fazem parte de grandes empresas, nas quais adaptaram seu modo de gestão para garantir o acúmulo de capital financeiro. Isso é feito através de livros traduzidos majoritariamente do inglês ou de títulos que trarão retorno imediato, em detrimento de obras nacionais ou de autores iniciantes. Neste contexto, surgem então novas pequenas editoras, que “embora pesem pouco no jogo como um todo, asseguram a razão de ser do jogo, o que justifica sua existência” (Bourdieu, 2018, p. 215). Sobrevivem no mundo editorial a partir de novos autores, cujas percepções sobre literatura de qualidade sejam semelhantes às de seus editores. Ainda conforme o autor “é possível ver como se opõem, sob a relação do volume global do capital possuído, às grandes empresas antigas que acumulam todas as espécies de capital – econômico, comercial e simbólico” (Bourdieu, 2018, p. 218).

O próprio fato de sobreviverem, então, “é por si só uma proeza, garantida apenas para aqueles que, segundo a lei fundamental do campo, souberem combinar a competência literária e o realismo econômico” (Bourdieu, 2018, p.228). Nesse “jogo” mencionado pelo autor, são os editores menores, ou editores independentes, que acabam “cada vez mais debilitados pelas consequências das políticas neoliberais e pela decorrente concentração do setor” (Aliança Internacional dos Editores Independentes, 2014).

Sobre as grandes editoras, Schiffrin (2001) destaca que alcançar altos volumes de vendas não é um fator novo, visto que já no início do século XX as tiragens dos livros também eram bastante significativas. Ou seja, seria mais importante, diante do atual contexto, questionar *o que* está sendo publicado e quais ideias circulam para o público leitor. Neste aspecto, os dois autores aproximam-se, pois Bourdieu (2018) define o editor como um agente duplo, que deve preocupar-se tanto com a qualidade literária quanto com o negócio da editora.

Para Schiffrin (2001), a edição sempre foi um ofício cujo desafio é buscar equilíbrio entre valor literário e necessidade de ganhar dinheiro, mas não se deve ignorar seu caráter política e socialmente engajado. É uma atividade relacionada “à difusão de visões de mundo, estilos, formas e conteúdos de pensamento e posicionamento (...) que trata de dar vitalidade social à produção simbólica gerada em espaços intelectuais de natureza muito diversa”, conforme refere Muniz (2019b, pp.1-2), corroborando assim as ideias de Schiffrin. Para Hawthorne (2014), isso não acontece nas megacorporações, que não encorajam a aquisição de livros peculiares, arriscados, originais, inventivos, mesmo que a edição seja, justamente, uma atividade social, cultural e transformativa, que deve ser feita por aqueles que estão do lado “da justiça social” (Hawthorne, 2014, p. xii).

No entanto, Schiffrin (2001, p. 12) não nega a importância de grandes editoras, a exemplo das que, no início do século XX, colaboraram para tornar o livro um produto de massas e gerar importantes transformações sociais. Ainda assim, o autor pondera: o fato de uma editora ser grande não significa, necessariamente, que seu catálogo seja diverso; um exemplo são os livros *best-sellers* que parecem feitos como sapatos, a partir do mesmo molde, verdadeiras cópias uns dos outros. No contexto em que escreveu “The Business of Books”, Schiffrin (2001) já percebia haver “pouco espaço para ideias novas e controversas, ou vozes literárias mais desafiadoras” (p. 7, *tradução nossa*), o que ainda se percebe verdadeiro no mercado atual, mais de 20 anos depois.

O autor vivenciou na prática este contexto de aquisição de editoras familiares e tradicionais por grandes corporações e lista algumas adaptações a que editores tiveram de se submeter (Schiffrin, 2001, pp.103-154, *tradução nossa*): 1) os líderes das editoras agora são empresários que não consomem livros, nem estão familiarizados com o mundo da literatura ou com prêmios literários; 2) as decisões editoriais passam pelo crivo de setores financeiros e de marketing das empresas, que exigem o cumprimento de metas irrealistas para a venda dos livros, agora vistos como mais um de seus produtos midiáticos, 3) há censura nas decisões editoriais a partir da interferência direta ou indireta: priorizam-se livros com interesses políticos semelhantes aos de suas corporações (como reflexo, destaca menor oferta de publicações com posicionamentos críticos à esquerda), 4) precarização do trabalho, com salários cada vez menores ou contratação de editores mais jovens que aceitem trabalhar mais por um menor salário e 5) desaparecimento de livrarias e mudanças significativas nas relações entre editores e livreiros (editores veem-se submetidos a concorrências desleais com o domínio de grandes redes de livrarias).

Uma importante consequência deste novo panorama no mundo dos livros é, como nos diz Muniz (2016), a redução da qualidade dos processos editoriais, devido à “orientação à venda massiva, ao baixo risco e à alta rentabilidade, com foco nos títulos de êxito imediato em detrimento dos títulos de fundo de catálogo” (p. 83). Um outro aspecto relevante, como refere Hawthorne (2014), é o fato de este cenário diminuir a possibilidade de leitores estarem expostos a diferentes vozes, como as de indivíduos historicamente marginalizados. No entanto, a autora lembra que os processos de produção do livro estão cada vez mais acessíveis – não somente às grandes corporações líderes do mercado, a exemplo da Penguin Random House e da Hachette, mas também a essas vozes marginalizadas, seja através de autopublicação ou das editoras *independentes*.

Vale ressaltar que, conforme Muniz (2016), o espaço editorial não deve ser visto como uma dualidade entre “conglomerados” e “independentes”, mas como um sistema repleto de oposições “pluridimensionais no qual o ‘independente’ encontra-se enredado” (Muniz, 2016, p.277). O autor cita exemplos destas oposições: grande *versus* pequeno, nacional *versus* estrangeiro, diversidade *versus* homogeneidade, autônomo *versus* heterônomo. Este é o ponto de partida, portanto, para compreender quais os entendimentos existentes acerca de práticas editoriais que fogem aos modelos consolidados pelas grandes corporações. Tais práticas são, muitas vezes, definidas através do termo *independente*, mas não unicamente.

2.2 O termo independente

Entender *a que* este termo *independente* se opõe foi importante para pensar as respostas dadas pelos entrevistados deste estudo sobre suas próprias práticas editoriais. Utilizou-se o termo *independente* como um ponto de partida, ou como uma categoria de análise, conforme Muniz (2016). Entende-se que há editoras “fora da curva” no espaço editorial contemporâneo, mesmo que não se identifiquem como *independentes* em particular. No entanto, conforme o autor, melhor do que pensá-lo em abstrato, apenas como uma categoria analítica, seria mais interessante pensar o editor independente como uma “noção mobilizada pelos próprios agentes” (Muniz, 2016, p.270). Ou seja, o ideal é que cada editor defina e descreva suas práticas e sugira questões a partir do seu próprio entendimento acerca de sua produção editorial.

Isso porque o termo *independente* está longe de ter uma definição específica, muito menos de ser objeto de consenso por parte de editores – o que concluímos também na nossa pesquisa. Para Muniz (2016, p.277), “a noção do termo *independente* parece servir mais como embalagem do que como recheio”. Quer dizer que esta formulação, ou conceito, circula dentro do espaço editorial e é reivindicada por diferentes agentes, sendo origem de disputa e dando lugar a definições de identidade bastante instáveis. Uma forma possível de diferenciação – e isso foi levado em conta na escolha dos entrevistados no nosso trabalho – é o fato de existir “qualquer coisa de diferente” nos livros publicados pelas casas editoriais aqui analisadas.

Em sua tese de doutorado, Muniz (2016) discorre sobre o tema independente e tenta “fugir da tentação de tomar os grupos e agrupamentos de editores independentes como amostras representativas de um universo” (p. 270), dado que existe um conjunto

heterogêneo de editoras que representam, ou negam, este termo. Assim, dividiu os editores *independentes* em dois tipos: *girafas* e *bonsais*. As *girafas* seriam aqueles editores com os pés no chão, mas com a cabeça nas nuvens – ou seja, “editores já estabelecidos ou em vias de estabelecer-se em certos nichos de mercado (particularmente literatura, ensaio e ciências humanas) e reivindicam para si uma posição anti-*mainstream* (sobretudo de resistência aos grandes conglomerados)” (Muniz, 2016, p.272). Os editores *bonsais* seriam associados à ideia de “micro”, àqueles que publicam zines e produtos mais artesanais que subvertem, portanto, a própria prática da publicação do livro. No *corpus* do nosso estudo, identificamos principalmente editores *girafa*, que mantêm a técnica tradicional de publicação do livro, embora nem todos se autointitulem como *independentes* – alguns entrevistados não reconhecem suas editoras como empresas, e outros encaixam-se em um perfil típico daqueles que editam em seu tempo livre (e se sustentam através de uma atividade paralela, seja por opção ou por necessidade).

Ainda em seu trabalho, Muniz (2016, p. 219), que analisou diversos editores do Brasil e da Argentina, mostra como os *girafas* associaram o termo *independente* a outros conceitos, como “liberdade”, “poder-fazer”, “autonomia de decidir *o que* publicar”, “trabalho coletivo”, “orgulho”, “possibilidade”, “testar outros formatos”, “fazer quando tem vontade”, “editar o que queremos”, algo oposto a um “agente castrador”. Para eles, o editor *independente* seria, então, aquele capaz de promover diversidade cultural, mas que existiria

como empresa que precisa gerar rendimentos, garantindo a sobrevivência material de seus editores (...). A durabilidade da editora como negócio se mostra, nessa concepção de atividade editorial, como inseparável da durabilidade do próprio catálogo, ou seja, da possibilidade de tornar-se mais do que um portfólio ou de um apanhado de títulos: um verdadeiro projeto intelectual de relevância perene. (Muniz, 2016, p. 179).

Conforme o mesmo autor, os três focos principais desses editores seriam: 1) resistência, oposição aos oligopólios editoriais, 2) resgate da prática editorial a partir de grandes editores do passado, com tradição e reputação anteriores às aquisições das megacorporações e 3) reafirmar que a editora é uma empresa ou que exerce atividades minimamente comerciais. Conforme Muniz (2016, p. 271) o editor independente é “*produtor e produto* de uma luta dupla: por um lado, contra aquele que ele não considera

independente (seu *oposto*); por outro, contra aquele que disputa com ele a definição legítima do “independente” (seu *duplo*)”.

O autor reitera que o *independente* surge como resposta às mudanças no mercado e no Estado em relação à produção cultural; não existe só um modo de se pensar e fazer esta edição, mas “modos menos ou mais atrelados às regulamentações e moralidades forjadas nos diferentes espaços de expressão e pressão que externamente a condicionam” (Muniz, 2019b, p.14). Ou seja, a edição está inserida em um complexo cenário em que lógicas externas como as do mercado influenciam a própria prática editorial e “não é sem dificuldades e tropeços que os usos da categoria *independente* no espaço editorial ganham vigência e legitimidade” (Muniz, 2016, p. 271).

Se entre editores o termo ainda é objeto de divergências, entre pesquisadores também aparecem abordagens distintas em relação ao seu uso. Ao contrário de Muniz, muitos autores assumem, de início, uma versão definida para o conceito de *independente*, a partir da qual discorrem sobre seus objetos de estudo. Longe de fazer juízos de valor, esta revisão bibliográfica busca mostrar a disseminação do termo através de diversos autores e, inclusive, de instituições como a Aliança Internacional de Editores Independentes e a Liga Brasileira de Editores (LIBRE), que utilizam suas próprias definições de *editora independente*.

Shotts (2017), por exemplo, acredita que estas editoras têm um impacto enorme no mundo da leitura, justamente porque a edição comercial se viu obrigada a renunciar a gêneros que não dariam lucro, como a poesia, o ensaio, a crítica literária, a ficção experimental, as novelas, os contos, os trabalhos de tradução. Seria uma edição que assume riscos, cria comunidades e é centrada naquilo que perdura

um refúgio para grandes autores e grandes livros. [Editoras independentes] são um ensaio para o que é a literatura, o que ela pode ser e o quanto irá durar. Uma editora independente existe sob seus próprios termos, fora de estruturas de grandes corporações e é autônoma em suas decisões editoriais, desde o que publicar até como fazê-lo (*ebook, tradução nossa*).

Neste mesmo sentido, Schiffrin (2001) destaca que o reconhecimento e a consolidação de obras literárias de novos autores no mercado levam tempo, assim como o retorno financeiro sobre essas publicações. Logo, nega o mercado como principal agente a definir o valor de um livro, pois isso impossibilita que “livros desafiadores” cheguem ao público. Ao contrário do que se passa no contexto atual, no passado apenas

se esperava que a publicação de um livro “se pagasse”: sabia-se que livros de autores novos iriam levar à perda financeira, mas isso não impedia a sua produção. O autor não defende, no entanto, que editores trabalhem de graça, mas destaca que é essencial um editor oferecer todos os livros possíveis, de forma a promover a diversidade das publicações. Reforça, ainda, que o fato de uma editora crescer comercialmente não significa que não possa manter altas exigências de qualidade nos livros que irá publicar. Pelo contrário, menciona a “independência intelectual” que muitos mantêm mesmo após serem comprados por grandes grupos editoriais ao continuarem a publicar livros de alto valor literário.

A principal crítica enunciada por este autor é o fato de que nesta nova lógica de mercado os livros passariam a ser objetos descartáveis ou com data de validade. Por outro lado, perde-se, também, a identidade de uma editora: com todos publicando a mesma coisa, o nome da editora no livro passa a ser apenas um carimbo comercial (Schiffrin, 2001) e não oferece “a cara” de uma produção editorial específica.

Para Shotts (2017), a edição independente é aquela que não só permite, mas *demand*a a publicação de ideias duradouras. Considera a seleção de livros conforme sua qualidade e seu impacto social como um “presente, maravilhoso e raro” para o editor. No entanto, este autor é otimista, pois acredita que o clima comercial atual, que tanto ameaça a edição independente, é ao mesmo tempo o que a torna mais literária e mais viva.

Em todo o caso, esta prática segue desafiadora, como afirma Gomes (2017), principalmente em relação a “permanecer independente no cenário mundial, em que a edição de livros-produto manufaturados pelos grandes grupos se internacionaliza cada vez mais” (Gomes, 2017, p.1). As editoras independentes seriam aquelas que procuram títulos diversos e de qualidade, sendo *independente* uma “definição ideológica” contrária ao surgimento de conglomerados no mercado editorial (Gomes, 2017, p.7). A autora também percebe que há poucos estudos sobre o termo *independente* e que, a cada nova publicação, surgem novas percepções sobre ele.

Para definir independente no mercado editorial, Hawthorne (2014) alinha-se à definição da Aliança Internacional de Editores Independentes, para a qual o editor independente é aquele que não aceita financiamento de instituições políticas, religiosas, universitárias ou quaisquer outras que tenham direitos de interferir na sua independência editorial. Ou seja, conforme a Aliança, uma editora independente é financiada por aqueles que nela trabalham, cujo catálogo é composto tanto por livros de fundo de catálogo quanto

lançamentos, que busca promover a bibliodiversidade a partir de debates públicos e trabalha com livrarias independentes, além de instituições e organizações locais.

Para a LIBRE, uma rede de editores independentes atuante no Brasil, editoras independentes são “pequenas e médias que não estão ligadas a nenhum conglomerado ou grupo grande, internacional ou nacional”, conforme o entrevistado para esta pesquisa e então presidente da LIBRE Tomaz Adour (2020). Este tipo de editora é a que mais investe em novos autores e em obras cuja repercussão ainda é incerta, mas que na maioria das vezes não tem capital necessário para mantê-los, caso tornem-se objetos de interesse de editoras “grandes” (Adour, 2020).

Importante destacar a constante referência a editoras independentes consoante seu tamanho (editoras médias, pequenas, menores, nanicas, ou nano) em contraponto aos grandes grupos ou gigantes da edição, tanto nas entrevistas quanto na bibliografia analisada. Um outro aspecto digno de nota é a relação com o termo “resistência” e a palavras como “dissidente”, “contracorrente”, “alternativo”. Para Bordieu (2018, p.243), os editores independentes seriam “o bastião de resistência às forças do mercado”:

enraizados numa tradição nacional de vanguardismo inseparavelmente literária e política (que se manifesta também no domínio do cinema), são os defensores dos autores e das literaturas experimentais de todos os países política ou literariamente dominados – e, paradoxalmente, fazem isso quase sem poder contar com financiamentos públicos, que costumam ser concedidos às empresas editoriais mais antigas e mais dotadas de capital econômico e simbólico (Bordieu, 2018, p. 243).

No entanto, o autor também critica um certo fatalismo que coloca a culpa de todos os problemas do campo editorial nas forças econômicas. Como solução, Bordieu (2018) sugere analisar editoras que tenham relativa autonomia quanto à sua política editorial. Assim, esta pesquisa identifica-se com este argumento para a escolha de seus entrevistados.

2.3 Bibliodiversidade

Tivemos a oportunidade de observar nos discursos das editoras de associações representativas do setor que um termo recorrente é “bibliodiversidade”. Conforme

Galland (2011, p.4), é um conceito recente que aparece no Chile no final da década de 1990 e refere-se ao nível de capacidade do setor de edição de produzir obras diversas. Surge como referência ao termo **biodiversidade** e indica quão plural é a indústria do livro (Hawthorne, 2014). Galland (2011) destaca que o conceito é de extrema importância no mercado editorial, pois em seu ponto de vista os consumidores estão cada vez mais desconectados dos livros. No entanto, os livros mantêm seu “peso simbólico e sua capacidade de influência. Ainda representam o mundo das ideias – a esfera pública (...) livros geram universos culturais vastos que influenciam os imaginários coletivos de gerações inteiras em escala global” (Galland, 2011, p. 6, *tradução nossa*).

Nas palavras de Hawthorne (2014):

Bibliodiversidade é um sistema complexo e autossustentável de narrativas, escrita, publicação de livros e outros tipos de produções de oralidades e literatura. Os escritores e produtores são comparáveis aos habitantes de um ecossistema. Bibliodiversidade contribui para uma vida cultural próspera e para um sistema ecossocial saudável. (p.2, *tradução nossa*).

Comumente associada a editoras menores, ou *independentes*, Muniz (2016, p. 108) afirma que a bibliodiversidade “vai se convertendo numa espécie de conceito mágico por essa fração de editores cosmopolitas, sobretudo daqueles que se vincularam, no decorrer dos anos 2000, à Aliança Internacional dos Editores Independentes”. Esta instituição reserva um espaço específico em seu site para o que chama de “Observatório da Bibliodiversidade”, onde afirma que o termo bibliodiversidade ainda carece de maior debate e acaba por ser reduzido, muitas vezes, a um *slogan*. Ainda, associam o termo diretamente à noção de editor independente:

(...) são editores *originários*: através de suas escolhas editoriais frequentemente inovadoras, da sua liberdade de expressão e por assumirem riscos editoriais e financeiros, eles participam em discussões, na distribuição e no desenvolvimento do pensamento crítico de seus leitores. Em relação a estes aspectos, são peças-chave na bibliodiversidade. (Aliança Internacional de Editores Independentes, *tradução nossa*).

Conforme a Aliança, seriam editores preocupados, acima de tudo, com o conteúdo do que publicam; seus livros trazem diferentes perspectivas e vozes que destoam dos padrões de publicação dos grandes grupos editoriais. Além disso, os principais canais de distribuição das editoras independentes seriam livrarias também independentes. Logo,

este conjunto de agentes da cadeia do livro seria essencial para “preservar e fortalecer a pluralidade e a difusão de ideias” (Aliança Internacional de Editores Independentes, *tradução nossa*).

Desta forma, entende-se o conceito de bibliodiversidade como relevante para esta pesquisa, posto que os livros das editoras aqui estudadas são exemplos de produtos que promovem a pluralidade de ideias. Além disso, muitas utilizam o conceito em seus canais de divulgação e todas foram convidadas a exprimir sua própria definição de bibliodiversidade.

2.4 Associativismo e parcerias

Em relação às editoras que se identificam com o termo independente ou cujas práticas fogem de um modelo hegemônico de edição, surgem diversas associações representativas para unificá-las. Essa coletividade colabora na busca por espaço no mercado, marcadamente competitivo, inacessível para a maioria das editoras sem capital financeiro. Conforme Muniz (2016), o critério para associarem-se a partir do termo *independente* reside não tanto em seu tamanho (pequena, média, grande editora), mas “se desloca para variáveis qualitativas que dizem respeito à autonomia do editor, à sua aposta cultural, à sua contribuição para a bibliodiversidade” (p.162).

Assim, observa-se um crescimento de instituições associativas na primeira década do século XXI que buscam fomentar a diversidade, o que, conforme Schiffrin afirmava em 2001, era uma necessidade latente no mercado editorial:

Devemos esperar que nos próximos anos mais pessoas, aqui e no estrangeiro, dar-se-ão conta do quão perigoso é viver em uma cultura com poucas escolhas de ideias e alternativas, e o quão essencial é manter um debate variado. Em resumo, lembrar o quão importante os livros sempre foram em nossas vidas. (Schiffrin, 2001, p. 172, *tradução nossa*).

As principais associações destacadas ao longo desta pesquisa estão detalhadas a seguir, conforme informações fornecidas em seus próprios sites:

- 1) **Aliança Internacional dos Editores Independentes**: criada em 2002, reúne mais de 750 editoras independentes ao redor de 55 países. Atua em seis línguas: inglês, árabe, francês, espanhol, português e persa. Promove a bibliodiversidade, realiza conferências e *workshops* internacionais e apoia

projetos de edição mundo afora para garantir a maior circulação de textos e tornar o acesso aos livros mais justo (*tradução nossa*).

- 2) **Liga Brasileira de Editores - LIBRE** (Brasil): também criada em 2002, é uma rede de editores independentes do Brasil que procura fortalecer negócios, o mercado editorial e a bibliodiversidade. Busca por reflexão e ação para ampliar o público leitor, fortalecer empresas editoriais independentes e advogar por políticas públicas que favoreçam o livro e a leitura. Conta com mais de 140 associados.
- 3) **Coesão Independente** (Brasil): seu objetivo é realizar parcerias, compartilhar eventos e trocar experiências entre editores independentes brasileiros. Tem um total de 42 associados, sendo 40 deles da região sudeste do país. Publicam gêneros variados como HQs [banda desenhada], livros de terror, ficção contemporânea e clássica, nacional e estrangeira, bibliografias, livros religiosos, poesia e outros. Foi criada em 2019.
- 4) **Associação Portuguesa de Editores e Livreiros**: Criada em 1927, oferece serviços ligados à organização de feiras do livro, representa Portugal em diversos eventos internacionais, oferece consultoria jurídica aos associados e aconselha associados sobre apoios comunitários ou nacionais. Ainda, é a Agência Nacional do ISBN (International Standard Book Number) no país. Possui mais de 200 associados. Não é uma associação de editores independentes, pois inclui também grandes grupos editoriais e empresariais, nacionais e estrangeiros.
- 5) **Rede de Livrarias Independentes - RELI** (Portugal): reúne mais de 80 livrarias portuguesas que não estão ligadas a grandes redes ou cadeias livreiras. Surgiu para coordenar esforços no combate à crise no mercado livreiro, principalmente durante o período de pandemia em 2020, de forma a intervir diretamente com a sociedade e o poder público.

A exemplo do estudo de Muniz (2016), que apontou a ausência de uma associação específica para editores independentes na Argentina, esta pesquisa também aponta a inexistência deste tipo de coletivo em Portugal. No Brasil, por sua vez, há duas: a LIBRE e a Coesão Independente. O que não significa, necessariamente, que a existências destas iniciativas garanta um espaço editorial melhor ou pior no país, conforme podemos concluir a partir das entrevistas.

Outro ponto importante relativo ao associativismo e a parcerias entre editoras independentes ou, “fora da curva”, é a participação em feiras do livro, espaços importantes de “trocas e de aprendizado, oportunidades para conhecer outros projetos e inspirar-se neles” (Muniz, 2016, p. 220). A própria LIBRE surgiu como forma de unir editores que não tinham como pagar os altos custos de participação em feiras do livro tradicionais do Brasil (Adour, 2020); criaram, então, uma feira própria, chamada de Primavera dos Livros.

Nesse sentido, Muniz (2016) destaca o final da primeira década de 2000 como um momento de “ebulição” de editoras menores no Brasil, que se caracterizam por ter poucos funcionários e por focar no conteúdo e no design de seus livros. São estas editoras que irão criar associações próprias e participar ativamente de feiras do livro que ocorrem fora do circuito tradicional (que inclui as grandes feiras do livro dos municípios e das universidades, por exemplo).

2.5 Brasil e Portugal

As editoras aqui analisadas estão localizadas no Brasil e em Portugal. Nesta parte do estudo, busca-se contextualizar, portanto, o mercado editorial nos dois países. Embora compartilhem um passado colonial, representam mercados editoriais bastante distintos na atualidade. Conforme Gomes (2018), a introdução de um mercado livreiro no Brasil deu-se no século XIX após o estabelecimento da corte portuguesa no país; a publicação de livros local modernizou-se, fortaleceu-se e diminuiu, aos poucos, a dependência que o país tinha da então metrópole. A tal ponto de tornar-se o atual “centro editorial de língua portuguesa” (Muniz, 2014, p. 2). No entanto, o autor destaca que o Brasil ainda mede seus avanços e atrasos a partir da “régua do Norte”, ou seja, inspira-se diretamente nos mercados estado-unidense e europeu (Muniz, 2016, p. 25).

Conforme Gomes (2018), o mercado português é consideravelmente menor, tendo em vista sua extensão territorial e o número de habitantes. A edição de livros portuguesa “é um ramo caracterizado pelo negócio editorial familiar, distribuído de geração para geração. No entanto, grandes conglomerados surgiram a partir dos anos 1970 e galgaram o público leitor em vasto território africano” (Gomes, 2018, p. 8). No Brasil, então, ocorre o oposto de Portugal: a extensão territorial continental do país dificultaria a distribuição dos livros em várias de suas regiões, tornando-o “um mercado editorial fechado em si”

(Gomes, 2018, p.2), enquanto Portugal foca em um público leitor também presente nos países africanos falantes da língua portuguesa, como Angola, Cabo Verde e Moçambique.

Em ambos os países, estão presentes grandes grupos editoriais e conglomerados empresariais, o que gera reações de editores locais “mais interessados em levar ao público obras, autores e traduções que pudessem contribuir para o panorama intelectual” (Gomes, 2018, p.8). A autora chama-os de editores independentes e irá intitular o estudo desses diferentes contextos editoriais em países de língua portuguesa de “lusofonias editoriais”, que podem ser vistas como “a diversidade (...) por meio de editores independentes que tratam o livro e a formação da leitura como indissociáveis à identidade cultural de seus países” (Gomes, 2018, p. 14).

Em relação às semelhanças entre editores dessas “lusofonias editoriais”, a autora recorre à frase do poeta português Virgílio Ferreira, “Da minha língua vê-se o mar”:

utilizando-se dessa metáfora da língua portuguesa como uma travessia, pelo mar, para adentrar outros continentes, encontramos em cada editor suas singularidades e a pulsão comum de amor ao que se faz. A edição independente, como um meio, é também uma forma encontrada pelos editores, motivada ou acaso, de vocação e de realização pessoal. (Gomes, 2018, pp. 14-15).

Em termos numéricos, vale detalhar alguns dados sobre cada país: a população de Portugal atual é de 10.28 milhões de habitantes e a do Brasil cerca de 20 vezes maior: 209.5 milhões. De acordo com a pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil” (2019), o país conta com 52% de leitores entre seus habitantes, com uma média anual de leitura de 5 livros ao ano (sendo 2,4 destes lidos apenas em parte). Conforme dados reunidos pelo jornal Expresso (2017), uma pesquisa com índice de leitura da população na Europa aponta que a taxa de leitura em Portugal é de 32%. Apesar disso, em outro índice analisado no jornal Expresso (2017) 91,4% dos portugueses afirmam ter o costume de ler livros; em relação à quantidade, 29.9% dos habitantes afirmam ler entre 3 e 5 títulos por ano, por prazer.

Em Portugal, em 2018, conforme informação encontrada no jornal Expresso (2019), compraram-se 11,7 milhões de livros, sem incluir manuais escolares – em 2019, o número sobe para 11,9 milhões de títulos, conforme o CM Cultura (2020). No Brasil, em 2018, foram vendidos 44,3 milhões de livros (incluindo livros técnicos e universitários, que representam quase 1/3 da receita) - em 2019, o número caiu para 41,5 milhões, conforme pesquisa publicada no portal G1 (2020).

Portanto, se analisarmos o número de livros vendidos em relação à população total, Portugal seria um país muito mais leitor – e é justamente o que percebem alguns editores brasileiros aqui entrevistados. No entanto, os editores portugueses nesta pesquisa queixam-se da falta de leitores no país, por exemplo, em comparação a outros países europeus. Entende-se, então, que censos deste cunho podem gerar diferentes percepções sobre os mercados e torna-se arriscado afirmar, neste trabalho, qual país é mais leitor. Por isso, esta pesquisa volta-se às percepções de cada editor sobre o seu país.

2.6 Motivações para editar (ou o papel do editor)

Esta seção busca fazer uma breve referência às motivações para editar livros, questão relevante no caso de editores independentes, que mesmo em um mercado competitivo, ainda optam por publicar livros sem tanto apelo comercial. Para Bordieu (2018, p. 244), são estes editores que dão alento a todos que “ainda acreditam na possibilidade e na necessidade de defender a liberdade da arte em relação ao dinheiro, mantendo vivas as solidariedades e assumindo-as para melhor organizar a resistência”. O autor havia observado que muitos trabalhavam sem contrapartida econômica, por amor à arte, mas cientes de que iriam “receber um mínimo de reconhecimento material e simbólico” (Bordieu, 2018, p. 243), não anulando assim sua característica comercial.

Entende-se, a partir das conclusões de Schiffrin (2001), que o livro em si é a maior motivação de um editor, posto ser um meio tradicional para expor argumentos e questionamentos de forma demorada, aprofundada; “livros têm sido, tradicionalmente, o único meio no qual duas pessoas, um autor e um editor, poderiam concordar que alguma coisa precisa ser dita, e por uma quantidade relativamente pequena de dinheiro, compartilhá-la com o público” (Schiffrin, 2001, p. 172, *tradução nossa*).

Conforme Gomes (2017, p. 12), o editor seria um intelectual que vê o livro como forma de “emancipação do sujeito, de tê-lo como potência a um ser humano, meio de subversão à idealização”, alguém disposto a enfrentar as dificuldades que apareçam pelo caminho. Em sua pesquisa, editores definiram os porquês para seu trabalho a partir de termos como “vontade”, “resistência”, “confiança”, “propósito de sanar dificuldades de autores”, “conseguir a circulação de livros e de cultura” (Gomes, 2017, p. 14).

Em relação ao papel deste editor, ele seria um representante do leitor final, conforme observam Salgado & Muniz (2011), ou um “coenunciador editorial” em referência às funções de revisão e preparação de textos. No entanto, o editor “não é um

leitor qualquer” (Salgado & Muniz, 2011, p. 88), mas alguém que representa todos os possíveis leitores de um texto. Ou seja, a história de um livro deve levar em conta todo o processo editorial pelo qual passou. A escolha das obras que os editores irão publicar, portanto, legitima seus discursos, bem como a forma como irão distribuí-las e vendê-las (Gomes, 2017). Para Bordieu (2018, p. 222), “existe uma correspondência expressiva entre as características do editor e as características de sua editora”, ou seja, as subjetividades de cada editor e a forma como decide posicionar seus livros no campo editorial serão relevantes para entender uma editora.

2.7 Cadeia do livro e percursos editoriais

Após compreender *por que* editar, avalia-se *como* esse processo ocorre sob a perspectiva da produção do livro – ou da sua cadeia de valor. Para Thompson (2012), há diversas etapas comumente seguidas, durante as quais o editor é um

jogador em um campo, e a forma como se relaciona a outros jogadores é moldada por uma rede de atividades nas quais diferentes agentes ou organizações exercem diferentes funções, todas orientadas em direção a uma meta comum – nomeadamente, a produção, a venda e a distribuição dessa mercadoria cultural em particular, o livro (ebook, *tradução nossa*).

Conforme o autor, os diferentes agentes responsáveis pela cadeia de produção do livro são: 1) autor (e agente literário, se aplicável), 2) editor, 3) gráfica, 4) distribuidor (e armazenador) 5) bibliotecas, livreiros, atacadistas e varejistas e 6) leitor. Percebe-se que em editoras menores, como as que analisamos, tais agentes estão presentes, mas são muitas vezes representados pela mesma pessoa. Thompson (2012) ainda destaca que os avanços tecnológicos alteram diretamente as funções de determinadas fases dessa cadeia – como a impressão sob demanda (POD) e a venda direta pelos sites das editoras, por exemplo, que eliminam certos agentes, como os responsáveis pelo armazenamento e pela distribuição de livros.

Ainda, o autor lista as principais funções exercidas por profissionais variados dentro dessas etapas: 1) conteúdo (autor), 2) aquisição de conteúdo (editor), 3) controle de qualidade (editor), 3) revisão de originais (editores e *freelancers*), 4) projeto gráfico/design (editores, designers ou empresas contratadas), 5) paginação/diagramação (designers), 6) revisão de texto e de prova (editores, autores, *freelancers*), 6) impressão e encadernação (gráficas), 7) vendas e marketing (editores), 8) armazenamento e

distribuição (editores e distribuidores), 9) vendas (atacado, livrarias, clubes do livro e varejo) e 10) garantir que o produto chegue aos leitores finais (consumidores ou leitores de livros em bibliotecas ou instituições). Com o guia para as entrevistas durante nossa pesquisa, por exemplo, questionamos como cada editora funcionava dentro destas etapas de produção e das respectivas funções listadas.

Diante das mudanças observadas no mercado editorial e na sociedade, sejam elas econômicas ou tecnológicas, o autor também questiona qual seria, então, a importância do editor nesse processo para acrescentar valor ao livro. As principais funções-chave desse profissional seriam, então: 1) aquisição de conteúdo e criação de catálogo, 2) investimento financeiro, assumindo riscos, 3) desenvolvimento de conteúdo, 4) controle de qualidade, 5) gerenciamento e coordenação (relacionados a atividades administrativas, que podem variar conforme o ciclo de cada livro) e 6) vendas e marketing (Thompson, 2012).

Richard Nash (2016, ebook, *tradução nossa*) destaca, dentro destas funções editoriais, a de “tornar a escrita melhor”, seja pela revisão gramatical do texto ou pela edição de seu conteúdo, bem como por tomadas de decisões que irão otimizá-lo como produto no mercado. Ainda conforme o autor, o editor deve ser alguém com habilidades de comunicação e boas relações interpessoais, com uma certa dose de sorte nos livros que decide publicar – o que é possível observar neste *corpus*.

Após consideradas as teorias mencionadas, ressalta-se que o editor é, acima de tudo, uma pessoa cujas subjetividades estão presentes na produção do livro – e que não podem ser ignoradas. Assim, levantamos alguns questionamentos, como: 1) Quais os percursos editoriais que cada editor irá seguir dentro da cadeia de valor do livro? 2) Constroem estes percursos a partir do termo *independente* ou de outros termos correlatos?

Na análise desta pesquisa, serão apresentadas dez editoras cujo objetivo único não é obter retorno financeiro e que publicam livros, cada uma a sua maneira, dentro das diversas etapas mencionadas acima. Para compreender as práticas de seus editores, serão criadas categorias sobre o conteúdo do *corpus* da pesquisa, conforme a revisão bibliográfica feita neste capítulo, bem como a partir de outros temas emergentes – e frequentes – ao longo das entrevistas.

3. Metodologia

Para buscar responder aos questionamentos propostos, esta pesquisa recorre às teorias de Bardin (1977), Manzini (2004) e Guerra (2006) acerca dos métodos de pesquisa qualitativa, de análise de conteúdo e de entrevista semi-estruturada. Neste caso, o material analisado provém de 11 entrevistas aprofundadas e semi-estruturadas realizadas com editores brasileiros e portugueses. Os próprios profissionais de edição, portanto, foram considerados fontes ideais para a coleta dos dados analisados e, para sua escolha, levaram-se em conta diversos critérios, como: a) algum conhecimento prévio da pesquisadora sobre o mercado editorial (principalmente brasileiro), b) pesquisa online em matérias jornalísticas pela busca de termos como “editoras independentes no Brasil / em Portugal” ou correlatos e c) adequação do perfil das editoras em relação ao enfoque teórico da pesquisa.

Cinco entrevistas foram feitas com editores atuantes no Brasil e cinco com editores atuantes em Portugal. A décima primeira foi realizada com o então presidente da LIBRE (Liga Brasileira de Editoras), Tomaz Adour, que é, também, editor de livros. No entanto, neste trabalho, Adour representa a instituição, que não entrou na categorização dos dados. O relato da LIBRE aparece como fonte relevante para analisar o contexto editorial brasileiro, o uso do termo independente no país e as práticas editoriais comuns a partir desta perspectiva, além da ideia de associativismo entre editoras de mesmo porte. No caso do contexto português, não foram encontradas instituições similares que trabalhem com o termo independente e que pudessem servir como um paralelo à LIBRE.

A escolha por analisar editoras do Brasil e de Portugal deve-se pela possibilidade de comparar países que compartilham um passado colonial, mas que representam mercados do livro distintos, geográfica, cultural e economicamente, bem como diferentes hábitos de leitura por parte de seus habitantes, conforme mencionado anteriormente.

Todos os profissionais foram contatados por e-mail através de informações fornecidas nos sites das redes sociais ou blogs das editoras. As entrevistas foram realizadas por telefone ou por videochamada (Zoom, WhatsApp) ao longo dos meses de março e novembro de 2020. Entende-se que todos os entrevistados se encaixam no contexto teórico descrito, ou demonstram práticas “fora da curva”, associadas à discussão proposta. A descrição de cada editora será feita no capítulo seguinte.

Quanto às entrevistas, foram realizadas individualmente com cada entrevistado, com durações variáveis entre 30 minutos e 2 horas, conforme a disponibilidade dos

editores e o desenvolvimento dos relatos. As perguntas foram de cunho aberto, mas previamente pensadas e separadas em um guia, conforme sugere Guerra (2006). De acordo com Manizi (2004, p.4), este método é “indicado quando a natureza da informação se tratar de fenômeno que ficaria difícil ou impossível de ser observado (...), para buscar informações sobre opinião, concepções, expectativas, percepções sobre objetos ou fatos”, aqui associados às práticas editoriais contemporâneas descritas, inicialmente, sob a discussão do termo *independente*.

O mesmo autor destaca a importância de um roteiro bem elaborado, mas que não prenda o pesquisador apenas às perguntas previamente pensadas. Ou seja, “uma das características da entrevista semi-estruturada é a possibilidade de fazer outras perguntas na tentativa de compreender a informação que está sendo dada” (Manzini, 2004, p. 6), o que possibilita realizar novos questionamentos conforme o andamento das entrevistas, ou uma certa análise do momento por parte do pesquisador, desde que relevantes para o estudo. Logo, além das perguntas do guia, outras surgiram ao longo da coleta de dados. Ou seja, o guia serve como um ponto de partida para as conversas suscitadas.

A partir de indicações de Guerra (2006), todas as entrevistas foram transcritas integralmente e sofreram pequenas edições textuais para fins de clareza de leitura. Em seguida, todos os textos foram revistos pela pesquisadora e, durante esta fase de releitura, os temas mais importantes de cada resposta foram destacados. Estas frases ilustram o discurso dos entrevistados e ajudam a corroborar as categorias criadas posteriormente. Para trabalhar com os resultados obtidos, utilizou-se o método proposto por Bardin (1977): inicialmente, ocorre a pré-análise, na qual é feita a “leitura flutuante” (Bardin, 1977, p. 96) e a organização do *corpus* da entrevista, ou codificação, ou seja, separando todos os pontos relevantes à temática proposta e à teoria utilizada. Depois, é feita a exploração do material para conferir se a pré-análise está adequada aos objetivos da pesquisa para, posteriormente, tratar os resultados.

Destaca-se que, neste caso, não interessa descrever, necessariamente, o conteúdo das entrevistas, mas o que há de novo após dividi-las em categorias (Bardin, 1977). A análise de conteúdo serve, então, como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 1977, p.38), mas sua principal intenção é “a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (Bardin, 1977, p.38). Foca-se, então, nas inferências ou hipóteses possíveis a partir do conteúdo da fala dos

entrevistados, sempre em relação ao referencial teórico utilizado, conforme a mesma autora.

Os dados foram organizados e categorizados no *software* NVivo, utilizado para pesquisa qualitativa, e divididos em duas grandes categorias: Brasil e Portugal, de forma a “fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos” (Bardin, 1977, p. 119). A divisão pelos dois países significa não analisar todas as entrevistas da mesma forma, pois não representam dados de uma mesma ordem se levarmos em conta as diferenças sociais, geográficas, econômicas e culturais brasileiras e portuguesas.

No entanto, para ambos, foram pensadas as mesmas nove subcategorias teóricas e emergentes: a) **teóricas**: 1. *O editor, seu papel e suas motivações para abrir uma editora*, 2. *O termo independente*, 3. *Bibliodiversidade*, 4. *Cadeia do livro e percursos editoriais*, 5. *Associativismo, parcerias e feiras do livro* e 6. *Contextos brasileiro e português*; b) **emergentes**: 7. *Futuro da editora*, 8. *Pandemia* e 9. *Profissionais da editora*.

A inferência e a interpretação destes núcleos de sentido serão apresentadas em detalhes na análise, considerada de cunho qualitativo (Bardin, 1977), pois organiza os dados de forma a levantar hipóteses acerca da resposta para o problema “Sob a perspectiva inicial da edição independente, como editores contemporâneos do Brasil e de Portugal percebem suas práticas editoriais na produção de livros?”. O objetivo não é quantificar, portanto, a frequência com que determinados termos, opiniões e aspectos do funcionamento das editoras aparecem nas entrevistas, mas o que eles significam para o questionamento proposto à luz das teorias acerca da edição contemporânea, da independência como categoria de análise, da bibliodiversidade e dos percursos editoriais seguidos dentro da cadeia de valor do livro.

Na tabela abaixo, estão listadas todas as entrevistas (com duração e data) categorizadas com o nome dos entrevistados e de suas respectivas editoras.

Tabela 1

Editoras atuantes no Brasil

Entrevistado (a)	Editora	Duração	Data (2020)	Via
<i>Gustavo Faraon</i>	Dublinense	1h 10min	29/06	WhatsApp
<i>Toni Moraes</i>	Monomito Editorial	1h10min	18/07	WhatsApp
<i>Clô Barcellos</i>	Libretos	1h39min	18/09	Zoom
<i>Vagner Amaro</i>	Malê	35min	19/09	Zoom

<i>Tadeu Breda</i>	Elefante	1h 27min	28/09	Zoom
--------------------	----------	----------	-------	------

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2

Editoras atuantes em Portugal

Entrevistado (a)	Editora	Duração	Data (2020)	Via
<i>Hugo Xavier</i>	E-Primatur	1h 42min	28/05	Zoom
<i>Paula Cajaty</i>	Gato Bravo	58min	30/05	Zoom
<i>Diogo Vaz Pinto</i>	Língua Morta	58min	20/09	Zoom
<i>Carlos Alberto Machado</i>	Companhia das Ilhas	36min	02/11	Telefone
<i>Sofia Gonçalves</i>	Dois Dias Edições	44min	10/11	Zoom

Fonte: Dados da pesquisa

Em seguida, serão apresentadas todas as editoras aqui analisadas, bem como a análise deste *corpus* conforme as categorizações teóricas e emergentes mencionadas acima.

4. Apresentação das editoras

Para fins de análise, primeiramente será feita uma breve descrição de cada editora, aqui divididas conforme seu país de atuação e apresentadas pela ordem cronológica das entrevistas realizadas. A análise do conteúdo destas entrevistas, por sua vez, será apresentada no próximo capítulo, de forma a conectá-la com a bibliografia, apresentar as categorias criadas, realizar possíveis inferências e formular hipóteses.

4.1 Editoras brasileiras

4.1.1 *Dublinense*

Fundada em 2009 por Gustavo Faraon (entrevistado desta pesquisa) e Rodrigo Rosp, também cofundador da antiga Não Editora. Vale mencionar que a Não Editora é atualmente um selo editorial da Dublinense, mas surgiu como uma editora em Porto Alegre (no sul do Brasil) em 2007. Sua linha editorial era restrita à literatura nacional de ficção, e segue desta forma na Dublinense. Conforme Faraon (2020), publica livros com “alguma coisa que tenha um *descomportamento*, uma coisa bem maluca assim, que mantenha essa coisa de provocação”. Foi inicialmente um projeto paralelo de um pequeno grupo de pessoas que, com o tempo, não puderam dedicar-se a ele da mesma forma. Foi comprada pela Dublinense, pois não queriam deixar “a editora morrer, essa ideia morrer, essa marca morrer e toda essa provocação morrer (...) todos os fundadores são meus amigos pessoais de muito tempo, então fazia sentido a gente misturar isso” (Faraon, 2020).

A Dublinense, por sua vez, surge com a ideia de ampliar suas possibilidades de publicação para além da literatura nacional, de experimentar com os gêneros. Segundo Faraon (2020), sobretudo “livros através dos quais a gente possa discutir temas contemporâneos que nos são caros”. Consideram-se uma editora independente. Tem sede em Porto Alegre e em São Paulo e publica livros de ficção brasileira e estrangeira, além de não-ficção, com um total de 150 títulos ativos em catálogo. Conforme o próprio site¹ da editora:

¹ <https://dublinense.com.br/>

Gostamos de publicar obras que conversem com temas importantes do nosso tempo, através de vozes de diferentes partes do mundo e da nova literatura nacional. Livros bons, divertidos, emocionantes e relevantes. (...) Depois de diversas experiências, a editora atualmente se concentra na ficção e não ficção literárias, além de manter uma linha de publicações sobre psicanálise.

Nas Figuras 1 e 2, é possível conferir exemplos de capas de livros da Não Editora e da Dublinense.

Não Editora



Fake fiction

Julia Dantas e Rodrigo Rosp (org.)



Os donos do inverno

Altair Martins



Amora

Natália Borges Polesso

Figura 1. Livros Não Editora. Fonte: Site Editora Dublinense.

Estrangeira



Palavras de fogo

Jidi Majia



Preço de noiva

Buchi Emecheta



Regresso a casa

José Luís Peixoto

Figura 2. Livros Dublinense. Fonte: Site Editora Dublinense.

4.1.2 Monomito Editorial

A editora surgiu em 2017 após o entrevistado Toni Moraes e sua sócia Adriana Chaves, com quem trabalhava em outra editora, ficarem desempregados e decidirem “arriscar, abrir uma editora independente, abrir uma editora do zero” (Moraes, 2017). Na Figura 3, há exemplos de livros publicados pela Monomito Editorial. Conforme o site²:

Desde então a editora se mostrou tanto uma alternativa a escritores que desejam se lançar no mercado oferecendo obras produzidas com qualidade, quanto uma resposta a leitores ávidos por histórias impactantes. O resultado do trabalho da Monomito - e todos os predicativos que vem colhendo - é uma consequência do prazer de estar unida a autores e a leitores no amor pela literatura nacional. O livro de qualidade é nosso compromisso e nossa assinatura.



Figura 3. Livros Monomito Editorial. Fonte: Site Monomito Editorial.

Começaram por fazer publicações pagas de autores por falta de dinheiro para investir na editora, contando com a confiança de autores da sua rede de contatos. No entanto, estas publicações, mesmo financiadas por autores, ainda passavam por aprovação interna para seguirem padrões editoriais de qualidade. Queriam “ter orgulho” dos livros que publicam: “a gente quer que tenham histórias boas, qualidade editorial boa (...) o que a gente acreditava não estar de acordo com nossas premissas editoriais, a gente recusava” (Moraes, 2020). Aos poucos, a verba oriunda da venda de um livro pago por um autor garantia a publicação de outro, sem financiamento de autores e, assim, sucessivamente, puderam começar a pagar pelos projetos que gostariam de lançar. Em relação aos gêneros

² <https://monomitoeditorial.com/>

literários publicados, a editora ainda não tem uma linha específica definida. Conforme o entrevistado, a premissa da editora sempre foi publicar tudo que gostariam de ler. Atualmente, ambos os sócios ainda mantêm atividades profissionais paralelas à edição e trabalham de casa, fora de expediente, para os projetos da editora. Ao todo, já publicaram 20 títulos.

4.1.3 Libretos

É a editora mais antiga analisada nesta pesquisa. Surgiu em 1998 em Porto Alegre, em um momento em que a popularização da Internet ainda era embrionária, a partir da inquietação do casal Rafael Guimaraens, escritor e jornalista, e Clô Barcellos, jornalista, designer e artista. De acordo com Barcellos (2020), entrevistada desta pesquisa, não encontravam espaço em editoras locais para publicar os livros de Guimaraens. Ainda, percebiam que muitas ideias relevantes e latentes na época não eram publicadas: “a gente era jornalista e queria uma saída para dar visibilidade àquilo que a gente achava importante, relevante, que era um conteúdo que não encontrava espaço onde a gente habitava”. Os livros da editora estão ilustrados na Figura 4.



Figura 4. Livros Editora Libretos. Fonte: Site Libretos.

Hoje, a editora tem mais de 100 títulos disponíveis em catálogo e funciona no segundo andar da casa de Barcelos e Guimaraens. O principal gênero das publicações é a não-ficção, com cunho “histórico”, que contribua para a memória e que conte histórias nunca ouvidas, mas que tenham alguma relação com o pensamento atual. Também publicam literatura infantil, poesia, HQ [banda desenhada], crônicas, ensaios, arte e fotografia. Desenvolveram um modelo de publicação “cooperativada”, em que o livro

passa por todos os critérios de qualidade e produção editorial tradicionais, mas o autor financia uma parte da publicação, colabora no armazenamento dos livros e é remunerado com uma parcela dos exemplares impressos. Ou seja, utilizam o próprio livro como moeda (Barcellos, 2020).

Publicam, principalmente, autores locais do estado do Rio Grande do Sul (no qual fica a capital, Porto Alegre), ou que tenham alguma relação com este “microclima”, como chama Barcellos (2020). De acordo com o site³ da editora:

(...) [A Libretos] tem corpo, veste-se de cores sóbrias (a logomarca é preto e branco), pretende-se contemporânea e atenta. Não trabalha com informação de massa. Tem nicho. E, de forma cooperativada, descobriu como satisfazer sua linha editorial e sua permanência digital e física no mercado. A maior característica desta pequena marca é a força de seu *terroir* cultural. Aproveitando conceitos básicos da produção de vinhos, pode-se dizer que *a existência da Libretos significa a relação mais íntima entre o conhecimento e o micro-clima particular, que concebe o nascimento de um tipo de livro que expressa livremente sua qualidade, tipicidade e identidade, sem que ninguém consiga explicar o porquê [grifo do autor]*.

O conceito de *terroir* cultural aqui mencionado será descrito posteriormente no item 5.2.

4.1.4 Editora Malê

Surge em 2015 a partir da sociedade entre dois amigos, Francisco Jorge, formado em Letras, e Vagner Amaro, bibliotecário, entrevistado para esta pesquisa. Conforme Amaro (2020), o foco da editora é publicar literatura: ficção, ensaio, crônicas e poesia, priorizando a autoria negra de literatura brasileira, africana e afro-diáspórica. A editora surge da experiência e da afinidade de ambos com o mundo dos livros e da percepção de que “havia uma questão social aí, que é essa [as]simetria entre a presença de autores negros e autores brancos no mercado editorial brasileiro (...) além do desejo, há uma necessidade” (Amaro, 2020). Logo, conforme o site⁴ da Malê: “busca colaborar com a

³ <https://www.libretos.com.br/>

⁴ <https://www.editoramale.com.br/>

ampliação da diversidade do mercado editorial brasileiro, publicando autores com o objetivo de garantir-lhes visibilidade, assessoramento editorial e publicações com design, produção gráfica e impressão de qualidade”.

Consideram-se uma pequena editora, cuja estrutura e objetivos são pensados para crescer. De acordo com Amaro (2020), a editora demarcou um espaço importante no mercado brasileiro, pois antes de 2015 percebia-se um cenário “totalmente diferente do que a gente vive atualmente” para os autores negros, que encontravam muita dificuldade e desinteresse por parte de editores. A primeira autora da casa foi a escritora Conceição Evaristo, que “estava, então, totalmente fora do mercado, os livros fora de catálogo” (Amaro, 2020). O editor ainda afirma que, a partir do trabalho da Malê rumo à valorização da literatura de escritores negros e negras no país, hoje é possível observar o oposto: “é como se cada editora tivesse escutado a flauta do mercado e começasse a caçar autores negros” (Amaro, 2020). Importante destacar, também, que a editora atua principalmente no Rio de Janeiro, onde tem um escritório próprio. Publica cerca de 20 livros por ano, com uma média total de 70 livros ativos no catálogo.

Na Figura 5, estão as capas de alguns livros da Malê:



Figura 5. Livros Editora Malê. Fonte: Site Editora Malê.

4.1.5 Editora Elefante

Criada pelo jornalista Tadeu Breda, entrevistado desta pesquisa, e pela designer gráfica Bianca Oliveira, a editora está sediada em São Paulo e conta com duas datas possíveis de início: 2011 ou 2015. Em 2011, “meio que sem querer, sem pretender ser uma editora”, conforme Breda (2020), publicaram o primeiro livro. De autoria do próprio jornalista, o livro foi enviado a diversas editoras, mas não obteve retorno. Era um livro-reportagem que produziu para seu trabalho de conclusão de curso da graduação sobre o governo do ex-presidente do Equador Rafael Correa. Conforme o site da editora: “os originais foram apresentados para mais de quinze grandes e pequenas editoras do país durante o ano de 2010, porém, apesar da completa ausência de livros sobre a política latino-americana contemporânea no mercado editorial brasileiro, nenhuma se interessou em publicá-lo”.

Conforme Breda (2020), “não existia nenhuma intenção de dar início a uma editora nesse momento”. Em 2015, após ser demitido do seu emprego como jornalista, decidiu abrir a editora como atividade principal. Há, então, “um surgimento e um ressurgimento”, conforme o editor, que complementa:

“A editora vem muito de uma frustração minha com o jornalismo e uma vontade minha de publicar conteúdos que não têm muito apelo comercial (...), mas que são importantes, que têm um interesse, uma relevância cultural, social, econômica, política, inquestionável” (Breda, 2020).

A linha editorial da Editora Elefante foca em livros de não-ficção, mas já publicou também poesia e HQ [banda desenhada]. O entrevistado afirma publicar livros politicamente à esquerda, mas com atenção especial ao design e à revisão do texto: para Breda, os livros que lia deste gênero falhavam especialmente nestes quesitos. Na Figura 6, estão algumas capas de seus livros.

No site⁵ da editora, explicam a origem do nome: “assim vamos caminhando: devagar, como os elefantes, mas sempre – sempre – em manada”. Ao todo, a Elefante, tem 63 títulos ativos em catálogo e a média anual de publicações varia entre 10 a 19 exemplares. Utilizam o termo independente em seus canais de divulgação, mas preferem utilizar a ideia de *interdependente*.

⁵ <https://elefanteeditora.com.br/>

MAIS LIDOS



Figura 6: Livros Editora Elefante Fonte: Site Editora Elefante.

4.1.6 Informações tabuladas: Brasil

As Tabela 3 e 4 fazem um comparativo entre todas as editoras brasileiras descritas, apresentando informações detalhadas sobre o funcionamento de cada uma:

Tabela 3

Comparativo Editoras do Brasil

EDITORIA	ANO	AUTO INTITULAÇÃO	CIDADE	GÊNEROS	LOCAL TRABALHO
DUBLINENSE	2011	Independente	São Paulo e Porto Alegre	Ficção e não-ficção (contemporâneos nacionais e estrangeiros), Psicanálise (pontual)	Escritório (Porto Alegre)
MONOMITO EDITORIAL	2017	Independente, “nanica”	São Paulo	Variado (aquilo que editores gostariam de ler)	Casa
LIBRETOS	1998	Independente	Porto Alegre	Ficção e não-ficção (destaque romances históricos), literatura infanto-juvenil, HQ	Escritório (andar de cima da casa)
MALÊ	2015	Pequena, independente	Rio de Janeiro	Ficção, ensaio, crônicas e poesia (prioridade autoria negra)	Escritório
ELEFANTE	2011/2014	Independente ou “interdependente”	São Paulo	Não-ficção (nacionais e estrangeiros) e HQ	Casa (temporário)

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 4

Números Editoras do Brasil

EDITORAS	TÍTULOS PUBLICADOS (MÉDIA)	PUBLICAÇÕES ANUAIS (MÉDIAS)	TIRAGENS (MÉDIAS)	PROFISSIONAIS PERMANENTES
DUBLINENSE	150 (ativos em catálogo)	15 a 18	800 a 12.000	5
MONOMITO EDITORIAL	20	3 a 10	300	2
LIBRETOS	100 (ativos em catálogo)	6 a 15	400 a 1.000	3
MALÊ	70	20	500 a 1.000	3
ELEFANTE	63	10 a 19	2.000	3

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2 Editoras Portuguesas

4.2.1 E-Primatur

Foi criada em 2015 pelos editores Hugo Xavier, entrevistado desta pesquisa, Pedro Bernardo e João Reis e está sediada em Lisboa. Faz parte de uma chancela, ou editora, com o nome jurídico Letras Errantes. Conforme Xavier (2020), todos tinham experiência no mercado editorial português; Xavier, por exemplo, foi um dos editores fundadores da Cavallo de Ferro, ainda atuante no mercado do país. A E-Primatur surge pois estavam

cansados de um determinado tipo de modelo editorial, em Portugal, que está muito desligado da realidade das pessoas, dos leitores (...) modelos de trabalho que foram, se calhar, adequados noutras épocas, mas que depois desligam-se completamente dos leitores, dos livreiros, enfim, do mercado do livro propriamente dito (Xavier, 2020).

Portanto, o objetivo é “preencher lacunas graves no panorama cultural e editorial português”, conforme o site da editora. O foco são livros clássicos e/ou de interesse público que não estão mais no mercado. Metade do catálogo é composto por obras traduzidas nunca publicadas em Portugal, conforme Xavier (2020). Ainda segundo o

entrevistado, a E-Primatur financia grande parte dos projetos a partir de *crowdfunding*: cerca de 70 a 80% dos livros. Xavier (2020) também destaca o crescimento no número de apoiadores iniciais de 15 pessoas para cerca de 80 (os leitores votam nos livros que gostariam de ver publicados e financiam os projetos). O site⁶ da editora traz uma explicação sobre a escolha do nome:

Imprimatur (imprima-se) era a palavra latina gravada no selo que a Inquisição usava para indicar que um determinado original podia ser impresso (...). O projeto vive também da capacidade de os leitores construir uma comunidade e só será de facto uma realidade se quem gosta de livros passar a palavra e participar na promoção e na divulgação (...) Este será o primeiro projecto editorial que vai efetivamente dar voz àqueles que lêem. E-Primatur é o “*Imprimatur*” dos leitores que, pela primeira vez, terão a palavra final.

No total, publicaram 116 livros, com média anual de 26 títulos. Na Figura 7, estão exemplos de projetos em votação para *crowdfunding* e capas de livros.



Figura 7: Livros E-Primatur. Fonte: Site E-Primatur

4.2.2 Gato Bravo

A Gato Bravo é o braço editorial português da Editora Jaguatirica do Brasil e considera-se uma editora independente. Para entendê-la melhor, vale mencionar o histórico da Jaguatirica, criada em 2012 no Rio de Janeiro pela advogada e escritora Paula

⁶ <https://e-primatur.com/home/eprimatur>

Cajaty, entrevistada desta pesquisa. Com experiência em edição de conteúdo e formações na área editorial, Cajaty já publicava livros desde 2010 por conta própria e, a partir do sucesso das publicações, decidiu abrir uma editora.

De forma a trabalhar com a adaptação de conteúdos brasileiros para Portugal - e vice-versa – cria-se a Gato Bravo em 2015, com sede em Lisboa, uma iniciativa que surgiu também pela sugestão de autores e editores portugueses, com quem Cajaty mantinha contato. A ideia principal é facilitar, em um ambiente globalizado, o acesso aos títulos de ambos os países, e não depender “só do correio e de um esquema bem difícil de importação e exportação para transferir conteúdos que possam ser consumidos em Portugal e no Brasil de forma mais ampla” (Cajaty, 2020). Para tal, é gerida remotamente do Brasil, utiliza recursos como a impressão sob demanda (POD) e aposta em conteúdos digitalizados. Já publicou 50 livros, com média anual de publicações entre 10 e 21 títulos.

Através do site, percebe-se que a Gato Bravo é a única editora dentre as atuantes em Portugal aqui estudadas com um perfil mais aberto à recepção de originais de autores contemporâneos, com descrições detalhadas do processo de publicação de seus livros. Acredita-se que isto se deve, conforme a entrevistada explica, ao modelo de negócios da editora, voltado também para livros financiados por autores (mas não somente). Conforme o site da editora, mesmo financiados, passam por processos tradicionais de publicação: “fazemos a análise do original enviado para investigar, não só a qualidade do texto, como também a viabilidade da edição, o seu potencial alcance e o estimado desempenho em vendas”, sendo a obra revista por profissionais especializados de revisão e preparação de texto e designers de paginação e decapa. Ainda no site, afirmam publicar “autores que não encontram espaços nas editoras comerciais, além de literaturas brasileiras, portuguesa e estrangeira de excelente qualidade”. Na Figura 8 estão exemplos de livros em destaques no site⁷.

⁷ <https://www.editoragatobravo.pt/>

Destaques



Figura 8: Livros Gato Bravo. Fonte: Site Gato Bravo.

4.2.3 Língua Morta

Criada há 10 anos, é considerada uma atividade secundária, ou *hobby*, por seus editores Diogo Vaz Pinto, entrevistado nesta pesquisa, e David Teles Pereira. Ambos são formados em direito, no entanto, Vaz Pinto trabalha como jornalista e crítico literário. Já publicaram 110 livros, conforme o site⁸ da editora, e publicam em média 11 a 12 títulos anualmente.

Percebe-se o discurso da Língua Morta como o mais avesso à edição como atividade comercial. Interessam-se por livros de poesia, que causam inquietação, que desafiam e experimentam com a língua; um texto “que faça a língua sentir-se tocada, sentir-se machucada, sentir-se trabalhada, exercitada, suada, atirada para lugares invulgares e incomuns”, segundo Vaz Pinto (2020). Nota-se, portanto, uma definição clara do que entendem como o papel da editora e dos livros que irão publicar. Pode-se chamar de uma editora “antissistema”: “a edição que hoje em dia não questiona os aspectos de forma como o capitalismo estruturou aquilo que é a própria vida editorial é uma edição que não é literária” (Vaz Pinto, 2020).

Aqui, demarca-se um posicionamento crítico em relação à edição como modo de sobrevivência financeira, associando suas práticas menos a um “movimento editorial do

⁸ <http://edlinguamorta.blogspot.com/>

que um movimento de criação literária”, conforme Vaz Pinto (2020), que destaca o nome da editora à uma língua que deixou de ser falada, neste caso, a poesia. Definem a editora, portanto, como

uma paixão, um projeto de vida que infelizmente, dadas as circunstâncias culturais que se vivem no mundo e particularmente em Portugal, não é possível transformar isto em uma atividade permanente, ou seja, não é possível ser editor profissionalmente e apaixonadamente; ou se é uma coisa ou outra (Vaz Pinto, 2020).

Na Figura 9, estão exemplificados alguns títulos da editora:



Figura 9: Livros Língua Morta. Fonte: Site Língua Morta

O site da editora é mais parecido com um blog, portanto é o que menos se assemelha a um projeto *e-commerce*: para comprar os livros da Língua Morta, o leitor pode encomendá-los por e-mail ou buscá-los em livrarias parceiras da editora. Percebe-se que o valor dos livros da Língua Morta está entre os mais baixos dentre as editoras pesquisadas, embora esta pesquisa não analise o preço dos produtos.

Consideram-se uma editora independente, muito pequena, e começaram com a produção artesanal de livros, com tiragens muito pequenas. Hoje, no entanto, a editora já “circula mais no circuito comercial e já começa a ter tiragens que são minimamente significativas para aquilo que são as edições de poesia em Portugal” (Vaz Pinto, 2020).

4.2.4 Companhia das Ilhas

Localizada no Arquipélago dos Açores, é a única editora fora do centro editorial do país (Lisboa-Porto). Foi criada em 2012 pelo casal Carlos Alberto Machado, entrevistado desta pesquisa, e Sara Santos. Machado é escritor e vem da área do teatro; já trabalhou como assessor cultural e professor universitário. Santos é da área de gestão, com especialização em edição. Há ainda um terceiro colaborador da editora responsável pelo design das publicações.

Seus livros priorizam autores de língua portuguesa, incluindo Moçambique, Brasil e Cabo Verde, e cerca de 30% dos títulos são voltados para autores açorianos; preferencialmente, publicam poesia, além de livros de teatro, ficção e ensaio (Machado, 2020). É uma editora pequena e consideram-se uma editora livreira independente, ou com “independência intelectual”: “editamos apenas aquilo de que gostamos. Não temos nenhum tipo de dependência, seja de que tipo for, que nos obrigue a editar este autor ou outro qualquer, e a escolha é absolutamente nossa”, ainda conforme o entrevistado. Na Figura 10, é possível observar exemplos de livros no site⁹ da editora, no qual descrevem-se da seguinte forma:

Os nossos autores, os “géneros” e as colecções são escolhas de gosto pessoal. Articulam-se com a opção de editar “géneros” negligenciados por grande parte das editoras portuguesas – poesia, teatro, ensaio, conto. Os preços justos são uma opção política editorial, não um estratagema comercial (o que implicaria a subalternização de textos e de autores). Esta política agiliza a edição e passa ao lado das máquinas (demasiado) bem oleadas do *mainstream*. A Companhia das Ilhas é bem capaz de ser ilha: ilha movente que deita âncora aqui e ali: livrarias (reais e virtuais), formas várias de distribuição (mas atenta às perversidades do sistema e sempre pronta a zarpar para outras geografias).

Ainda, a Companhia das Ilhas, no período em que foi entrevistada, estava a inaugurar a sua própria livraria, também na região dos Açores.

⁹ <https://companhiadasilhas.pt/>

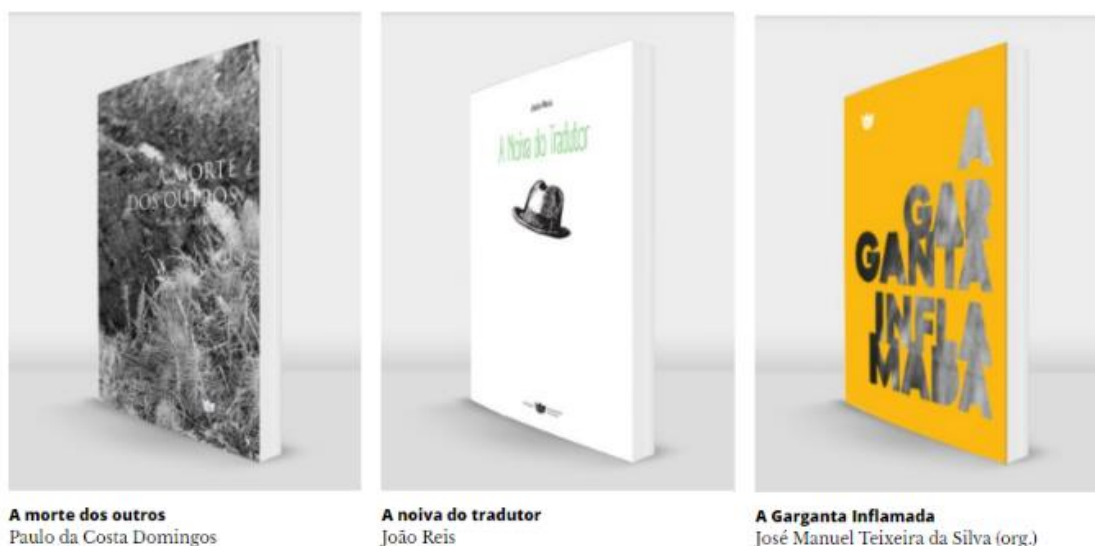


Figura 10: Livros Companhia das Ilhas Fonte: Site Companhia das Ilhas.

4.2.5 Dois Dias Edições

A Dois Dias Edições não é considerada uma empresa, mas um trabalho secundário, um *hobby*, “um impulso que não se consegue negar” ou “uma vontade muito grande de construir qualquer coisa”, conforme a editora, designer e professora universitária Sofia Gonçalves, entrevistada para esta pesquisa. Foi criada em 2011 por ela e Rui Almeida Paiva, também professor e amante dos livros. O interesse em comum de ambos fez com que começassem no mundo da edição “por carolice... publicação a publicação, não houve propriamente um impulso de criação de uma estrutura muito oficial” (Gonçalves, 2020). Destaca, também, a curiosidade por trabalhar com o processo de edição para além do design, área em que tinha experiência prévia: “queria perceber como é que era colocar-me de fato no terreno do processo editorial por inteiro” (Gonçalves, 2020), considerando que o designer participa – e deixa – o processo editorial em fases muito específicas.

O foco da editora é trabalhar com autores vivos, cujo trabalho conecte diferentes áreas de atuação, como ilustradores, artistas plásticos e dramaturgos; que influenciem artistas ou desafiem as categorias em que costumam atuar. Ou seja, “pontos de encontro e de divergência para outras áreas” (Gonçalves, 2020). Exemplos do estilo de livros que publicam estão na Figura 11.



Figura 11: Livros Dois Dias Edições. Fonte: Site Dois Dias Edições.

Conforme o site¹⁰, definem-se como uma editora que:

Encontra nos livros a sua teoria dos territórios: dar forma a um espaço de leitura que vai expandindo a sua superfície à medida que alguém arrisca avançar pelas suas páginas. A sua inevitabilidade, contudo, é ter na reprodução do objeto um pretexto para a partilha. (...)

Não procura respostas, potencia problemas. Gosta de questões existenciais essenciais. Entra em diálogo com outros leitores-escritores-autores e à conversa chega à publicação. Tem como interesses maiores as tangentes entre arte e literatura, as práticas grande-angulares da escrita e da leitura.

Faz da pequena escala a escala certa. Nem mais nem menos. Baralha as teorias da especialização — um leitor faz-se escritor, editor, designer, autor, produtor, amador, artesão, operário industrial, condutor profissional, comercial. De futuro, não tem agendas nem faz previsões. Preza o desvio. Critica a massa crítica (e outras visões de industrialização da cultura) e, acima de tudo, vai pensando fazendo. Os textos, lidos muitas vezes em voz alta, devolvem à linha de montagem a vontade de construir, para já, mais um livro. É permanentemente provisória e pretende reescrever com frequência o texto que a define.

¹⁰ <https://doisdias.wordpress.com/>

Importante destacar, também, que a editora não se identifica com o termo independente e prefere utilizar termos “com maior carga política” como “dissidente”; pensam-se como uma editora que “preza em tornar-se menor”, que vai “contramão”, “contracorrente” (Gonçalves, 2020). O reflexo está no catálogo: publicam um ou dois títulos por ano, com um total de 18 títulos editados.

Ainda, esta foi a única entrevistada que mencionou a questão da edição, ou do processo editorial, como algo não restrito, necessariamente, ao livro como produto final. Entendem que “há um conjunto de ações que são mais públicas, interventivas e criam outro tipo de cruzamento” (Gonçalves, 2020). Por exemplo, conferências performativas, exposições, residências artísticas, o que a editora define como uma “tipologia de ações”, de “interesses plurais” e do “cruzamento entre literatura e arte”.

4.2.6 Informações tabuladas: Portugal

As Tabela 5 e 6 fazem um comparativo entre todas as editoras portuguesas descritas e apresentam informações detalhadas sobre cada uma:

Tabela 5

Comparativo Editoras de Portugal

EDITORIA	ANO	AUTO INTITULAÇÃO	CIDADE/ REGIÃO	GÊNEROS	LOCAL TRABALHO
E-PRIMATUR	2015	Não definido	Lisboa	Clássicos ou livres de interesse público (50% traduções nunca publicadas em Portugal)	Casa / Armazém próprio
GATO BRAVO	2015	Independente	Lisboa	Ficção (Romance e Conto), Poesia, Biografias, Ciências Humanas e Sociais	Remoto (Escritório Editora Jagatirica no Brasil)
LÍNGUA MORTA	2010	Independente, muito pequena	Lisboa	Poesia (predominante) e ficção	Casa
COMPANHIA DAS ILHAS	2012	Independente intelectualmente, pequena	Açores	Poesia (predominante), teatro, ensaio, ficção. Foco: autores de língua	Casa / Livraria própria

DOIS DIAS EDIÇÕES	2011	Dissidente: preza em tornar-se menor	Lisboa	portuguesa. De início: livros de bolso. Literatura (autores: ponto de convergência com outras áreas)	Casa
--------------------------	------	--------------------------------------	--------	---	------

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 6

Números Editoras de Portugal

EDITORAS	TÍTULOS PUBLICADOS (MÉDIA)	PUBLICAÇÕES ANUAIS (MÉDIAS)	TIRAGENS (MÉDIAS)	PROFISSIONAIS PERMANENTES
E-PRIMATUR	116	26	750	3
GATO BRAVO	50	10 a 21	300 (alguns livros exclusivamente digitais)	3
LÍNGUA MORTA	110	11 a 12	250 a 400	2
COMPANHIA DAS ILHAS	212	23	300	2
DOIS DIAS EDIÇÕES	18	1 a 2	300 a 500	2

Fonte: Dados da pesquisa.

4.3 Considerações sobre o *corpus* da pesquisa

Quanto às editoras brasileiras mencionadas acima, observa-se que representam os principais polos editoriais do Brasil (Rio de Janeiro e São Paulo). Conforme Muniz (2016, p.33), tal centralidade faz sentido visto que é justamente nos centros onde se “concentram os capitais (sociais, simbólicos, políticos, econômicos) que os agentes do universo editorial tratam de obter, empregar, apostar e converter para instituir certas modalidades de presença de espaço social”. Portanto, onde há *a que* se opor. O autor também aponta a desconcentração editorial brasileira a partir do “crescimento da produção editorial em outros Estados, em especial Paraná, Minas Gerais e Rio Grande do Sul” (Muniz, 2016, p. 40), aqui representada pela capital deste último, Porto Alegre.

Pode-se dizer o mesmo em relação às editoras portuguesas escolhidas para análise neste trabalho; a Companhia das Ilhas é o único exemplo de uma desconcentração editorial (Açores), além da Editora Gato Bravo, com sede em Lisboa, mas cuja editora

trabalha diretamente do Brasil. Ainda, percebe-se que as editoras analisadas no contexto português apresentam características distintas quanto ao seu tamanho: observam-se tanto editoras pequenas, como a Língua Morta e a Dois Dias, quanto editoras de médio e grande porte. Ou seja, se considerarmos suas dimensões, há desde as menores, não-comerciais, um *hobby* dos editores, até as maiores, mais comerciais, com objetivos mais tradicionais, cujos editores conseguem sustentar-se minimamente da edição ou complementam o ofício com trabalhos paralelos também remunerados.

Todas são compreendidas como modelos “fora da curva” que contribuem para a bibliodiversidade, passíveis de análise a partir do conceito *independente* e encaixam-se nas discussões teóricas aqui propostas.

5. Análise das entrevistas: categorização

Para organizar o conteúdo das entrevistas realizadas para esta pesquisa, criaram-se nove categorias, teóricas e emergentes: a) **teóricas**: 1. *O editor, seu papel e suas motivações para abrir uma editora*, 2. *O termo independente*, 3. *Bibliodiversidade*, 4. *Cadeia do livro e percursos editoriais*, 5. *Associativismo, parcerias e feiras do livro* e 6. *Contextos brasileiro e português*; b) **emergentes**: 7. *Futuro da editora*, 8. *Pandemia* e 9. *Profissionais da editora*.

Embora todas as categorias comparem as respostas de editores brasileiros e portugueses, as primeiras quatro foram subdivididas entre a) *Editores no Brasil* e b) *Editores em Portugal*, pois abordam conceitos ou práticas mais complexas, que exigem maior detalhamento. Nelas, as falas das editoras aparecem na mesma ordem do capítulo anterior, conforme a cronologia das entrevistas. **Brasil**: 1) *Dublinense*, 2) *Monomito Editorial*, 3) *Libretos*, 4) *Editora Malê* e 5) *Editora Elefante*. **Portugal**: 1) *E-Primatur*, 2) *Gato Bravo*, 3) *Língua Morta*, 4) *Companhia das Ilhas* e 5) *Dois Dias Edições*.

5.1 O editor, seu papel e suas motivações para abrir uma editora

Aqui, foram incluídas as falas dos entrevistados acerca de suas motivações para editar livros e abrir uma editora, além do que compreendem como o papel de editores independentes no espaço editorial contemporâneo. É possível afirmar que as falas destes profissionais se assemelham com as percepções de Bordieu (2018) e Schiffrin (2001) sobre os motivos mais comuns para editores dedicarem-se ao ofício: nenhum dos editores afirmou que o principal motivo pelo qual editam livros é puramente comercial, embora reconheçam as dificuldades em trabalhar desta forma. Entendem-se as respostas de editores do Brasil e de Portugal como semelhantes, de modo geral.

5.1.1 Editores no Brasil

Conforme a Tabela 7, dentre os motivos mais recorrentes para editar livros entre os editores brasileiros, estão o fato de gostar de ler livros, o descontentamento com a profissão anterior e uma vontade, uma pulsão, ou uma necessidade de preencher lacunas no espaço editorial. Alguns começaram a editar para ser uma alternativa às editoras mais

comerciais ou por conta das circunstâncias em que se encontravam em um determinado momento de suas vidas. Ainda, alguns falam em compromisso social, mudar o cenário atual, suscitar debates importantes e até o fato de serem, eles próprios, escritores.

Tabela 7

Motivações para editar: Brasil

EDITOR(A)	MOTIVAÇÕES PARA EDITAR	CITAÇÃO
GUSTAVO FARAON, DUBLINENSE	<ol style="list-style-type: none"> 1) Circunstâncias 2) Experiência de trabalho em edição 3) Rede de contatos com pessoas da área 4) Descontente na profissão (jornalista) 	<p>“Naquele momento eu estava vislumbrando, olhando possibilidades de como sair do jornalismo, já queria sair da área, e foi um convite que veio a calhar. Juntou uma coisa que gostava de fazer e uma possibilidade de desbravar um caminho diferente, desconhecido”.</p>
TONI MORAES, MONOMITO EDITORIAL	<ol style="list-style-type: none"> 1) Circunstâncias (demissão) 2) Atividade prazerosa, apesar das dificuldades 3) Gostar de ler / Ler muito 4) Como leitor, tinha um olhar para a edição 5) Vontade maior de publicar 6) Descontente na profissão (arquiteto) 	<p>“Eu acho que mesmo que, vamos supor, desse tudo errado, que a editora fechasse, eu tenho certeza de que eu ia continuar publicando livros, nem que fosse um por ano, mas eu ia continuar publicando livros (...) é meio que, sei lá, parece que é a mosquinha, o mosquitinho que te pica e te contamina com essa vontade”.</p>
CLÔ BARCELLOS, LIBRETOS	<ol style="list-style-type: none"> 1) Busca pela liberdade 2) Dar visibilidade ao que acha importante 3) Não encontrar espaço no mercado 4) Ser uma alternativa 5) Preencher lacunas de conhecimento 6) Livro é pulsão, fatalidade 	<p>“Quando a gente reconhece um original é como esse poeta diz, ele diz assim: "quando uma imagem nos atinge...", agora tu imagina isso como um livro, um texto (...). Vai dizer que não é como aquele poeta diz? Uma coisa te atinge, uma combinação verbal, uma ideia, uma imagem, te atinge, e tu diz "meu Deus mas como isso não pode estar [publicado]... só eu pra saber disso?”.</p>

VAGNER AMARO, EDITORA MALÊ	<ol style="list-style-type: none"> 1) Compromisso social 2) Mudar o cenário em relação à autoria negra (buscar simetria) 3) Necessidade 4) Ser leitor 5) Ser escritor 	<p>“Foi um mote, foi de fato perceber que havia uma questão social aí, que é essa simetria [que não existe] entre a presença de autores negros e autores brancos no mercado editorial brasileiro. Então isso que deu um <i>start</i>: acho que é agora. Além do desejo, há uma necessidade, então a gente seguiu”.</p>
TADEU BREDA, EDITORA ELEFANTE	<ol style="list-style-type: none"> 1) Descontente na profissão (jornalista) 2) Vontade de publicar 3) Desinteresse nos livros comerciais 4) Disponibilizar conteúdos de interesse para o debate público 5) Ser escritor 	<p>“A editora acabou dando vazão a uma vontade que eu sempre tive de publicar, de trabalhar com texto, com ideias, com cultura, com narrativas, que eu não estava conseguindo dar vazão no jornalismo, que foi a profissão que eu escolhi e que eu queria exercer até eu me frustrar definitivamente com ela. Então, acho que por que ter uma editora...acho que é isso, porque eu queria publicar”.</p>

Fonte: Dados da pesquisa.

5.1.2 Editores em Portugal

De acordo com a Tabela 8, os motivos mais citados pelos editores atuantes em Portugal para editar livros são: gosto, paixão, prazer pelo ofício, interesse por determinados gêneros literários, dar espaço a autores novos ou autores que não encontram espaço nas editoras maiores, preencher lacunas no mercado ou encontrar modelos diferentes para editar, dentre outros.

Tabela 8

Motivações para editar: Portugal

EDITORA PORTUGAL	MOTIVAÇÕES PARA EDITAR	CITAÇÃO
HUGO XAVIER, E-PRIMATUR	<ol style="list-style-type: none"> 1) Gosto pessoal 2) Busca por um modelo diferente de edição 3) Experiência prévia no mercado 	<p>“Estava cansado de um determinado tipo de modelo editorial, em Portugal, que está muito desligado da realidade das pessoas, dos leitores... (...) é por uma ou duas coisas e, provavelmente, a mistura das duas. É por gosto e por sadomasoquismo”.</p>

	<p>4) Intenção de publicar clássicos e livros nunca publicados em Portugal</p>
<p>PAULA CAJATY, GATO BRAVO</p>	<p>1) Ser escritora “O porquê abrir uma editora acontece quando, às vezes, a gente se depara com uma condição em que isso é colocado na mesa como uma opção. Então, assim, você não acorda um determinado dia e está indo para a praia e, de repente, fala “vou abrir uma editora”. Não. Isso é todo um processo que teve antes.”</p> <p>2) Rede de contatos com pessoas da área</p> <p>3) Circunstâncias</p> <p>4) Experiência prévia com edição de textos de outros autores</p> <p>5) Dar espaço para novos autores</p>
<p>DIOGO VAZ PINTO, LÍNGUA MORTA</p>	<p>1) Paixão “Não é possível ser editor profissionalmente e apaixonadamente. Ou se é uma coisa, ou outra. (...) Eu acho que isso não deveria ser um objetivo. Mas acho que é possível, no caso de editores geniais - existem alguns editores, muito poucos na verdade. Em Portugal não me parece que exista um único”.</p> <p>2) Projeto de vida</p> <p>3) Mais que um <i>hobby</i></p> <p>4) Interesse por poesia e textos que coloquem em causa a língua</p>
<p>CARLOS MACHADO, COMPANHIA DAS ILHAS</p>	<p>1) Ligação pessoal com livros “é muito gratificante pensar um livro, falar com o autor, conceber um livro, conceber uma linha gráfica para um livro e vê-lo materializar-se em nossas mãos. É como fazer jardinagem, ou culinária...Não é apenas o prazer de ler, mas é o prazer de conseguirmos ver que uma pequena obra, pode ser um livro pequenino, começou conosco, o autor, e depois foi tomando corpo até se materializar naquele conjunto de folhazinhas, coladas a uma lombada, e com uma capa...e, é claro, trazer também ao lado material do livro. Não é a fama, não é o dinheiro, é mesmo o prazer de...é tipo filho, são filhos nossos que vão nascendo. Depois ganha uma vida própria, não é, como os filhos”.</p> <p>2) Experiência prévia com edição de textos de outros autores</p> <p>3) Atividade prazerosa e gratificante</p> <p>4) Dar espaço a autores de língua portuguesa</p>

SOFIA GONÇALVES, DOIS DIAS EDIÇÕES	<ol style="list-style-type: none"> 1) Impulso que não se consegue negar 2) Interesse por publicação 3) Afinidade pessoal com artes e design 4) Área de investigação acadêmica 5) Participar de todas as etapas da edição 6) Preencher lacunas no cenário <i>mainstream</i> 7) Vontade 	<p>“Surge de uma forma muito intuitiva, ou seja, através de um impulso (...).Interessava-me, a determinada altura, perceber como é que era colocar-me de fato no terreno do processo editorial por inteiro. Normalmente, o designer agarra na edição numa muito fase específica (...). É uma vontade muito grande de construir qualquer coisa”.</p>
---	--	---

Fonte: Dados da pesquisa.

5.2 O termo independente

Nesta seção, são incluídas as falas acerca do termo independente ou de termos correlatos. Vale destacar que não entram apenas definições do independente, mas também do que *não* seria independente. Mostram-se também opiniões contrárias ao seu uso e sugestões de outros termos que os entrevistados consideram mais adequados para definir suas editoras. Percebe-se, assim, que não é possível enquadrar todos os editores pequenos, médios ou independentes como parte de uma mesma unidade, posto que não há consensos sobre os termos, conforme apontado por Muniz (2016).

5.2.1 Editores no Brasil

Conforme Gustavo Faraon (2020), a **Dublinense (1)** é uma editora independente e de nicho. O editor segue as definições da Aliança Internacional de Editores Independentes para definir suas práticas. Afirma que ela é um projeto literário, no qual “o projeto editorial está acima do projeto econômico”. Associa o termo a editores que correm riscos, sem financiamentos externos, além da própria forma de trabalho: “a gente escolhe um livro pelas questões editoriais e literárias e não apenas por questões econômicas” (Faraon, 2020). Ressalta que não faz juízos de valor: ser independente ou puramente comercial não torna uma editora melhor ou pior.

Em sua opinião, o ponto principal em relação à independência não é a editora crescer, ou não: “pode ser que uma editora independente seja grande. É possível que a editora cresça bastante e continue independente, desde que ela siga esses parâmetros [editoriais]” (Faraon, 2020). A editora independente também seria aquela que busca “novos canais”

ou formas diferentes de alcançar os leitores; que não vê seus pares como concorrentes e trabalha mais em parceria com outros editores.

Conforme Toni Moraes (2020), a **Monomito Editorial (2)** se considera uma editora independente “nanica” e o termo está relacionado principalmente a não ter investimentos externos, a “publicar o que bem entender” e “não ter amarras”. Moraes (2020) destaca: “nosso investimento foi de tempo, de trabalho, de, sei lá, de trabalho intelectual, de investimento intelectual para fazer nosso trabalho e começar do zero mesmo”. Nesse sentido, associa o termo à liberdade de editar sem ter de recorrer a um corpo editorial, de diversificar os materiais produzidos e poder mudar sua linha editorial a qualquer momento. A preocupação maior seria, então, “estar junto dos leitores, ir em feiras, ter um contato mais próximo, ter um contato diferente com os autores”, ou seja, Moraes (2020) associa a editora independente àquela que trabalha em proximidade com leitores, autores e livreiros. O editor não acredita que a independência esteja relacionada diretamente ao tamanho de uma editora ou ao tipo de livros que publica: “a editora pequena não necessariamente é uma editora independente” (Moraes, 2020), assim como uma editora não independente poderia publicar livros com temáticas não convencionais, ou *underground*.

Para explicar seu entendimento sobre *independente*, Clô Barcellos (2020), da **Libretos (3)**, empresta um termo da produção de vinhos chamado de *terroir*, uma palavra que ajuda a explicar a especificidade de cada vinho (mencionado no item 5.2). Ou seja, está relacionado a condições muito particulares, locais e climáticas, por exemplo, que tornarão aquele vinho único. No caso da produção de livros da sua editora, entende que existe um “*terroir* cultural” específico, ou seja, livros bem característicos daquela região e do contexto cultural em que se insere. Teriam quase uma “alquimia” própria. Vale descrever este conceito pois a editora se define *independente* e associa o termo à não rendição à cultura de massas, a editoras que possuem identidade própria.

Também acha relevante questionar: “ser *independente* em relação a quê?”. A maior “dependência” da editora independente estaria no consumidor, quem deveria considerar seus livros como produtos duradouros. Entende que são editoras cujo catálogo mantém-se coerente, que costumam ter poucos profissionais a exercer diversas funções, que cooperam com outras editoras ou instituições e que não priorizam a “conversão financeira”, nas palavras da editora. Ou seja, que não priorizam o lucro: “essa palavra conversão me persegue, conversão é venda. E todas as pessoas me dizem: ‘mas vocês convertem? Isso converte?’. Meu Deus, não sei, a gente sobrevive, vende (...) As pessoas

elogiam, mas daí a converter, não sei” (Barcellos, 2020). A editora enfatiza que não assume dívidas: é possível dizer que a Libretos seria um exemplo de editora independente que arrisca nas publicações, mas sem comprometer as finanças da empresa, de forma que recorre a iniciativas diferentes para financiar seus livros (neste caso, a editora criou uma forma “cooperativada” de financiamento entre a casa editorial e os autores).

Vagner Amaro, da **Editora Malê (4)**, também associa o termo *independente* ao investimento dos próprios editores, não a grupos externos ou apoiadores, além de ser um conceito que “se coloca contrário ao que é o mercado”. Percebe sua editora como *independente* e pequena “por ter criado um perfil editorial que o mercado não estava atendendo” (Amaro, 2020). Define as independentes como editoras com força suficiente para influenciar o mercado, pois suscitam discussões ausentes da agenda de grandes editores, como as temáticas de sexualidade, raça e gênero. Em relação ao posicionamento deste tipo de editora no mercado, marcadamente competitivo, o entrevistado destaca a criatividade:

a rede de distribuição de livros no Brasil ela é complicadíssima. Uma editora independente dificilmente consegue entrar dentro dessa rede, porque os distribuidores não têm interesse. Então você precisa criar formas independentes de fazer o seu texto circular... produzindo eventos literários, participando de associações de editoras independentes, vendendo seu próprio livro. Tudo isso são práticas muito independentes do que é o mercado para poder fazer a editora sobreviver. (Amaro, 2020).

Ao contrário de outros entrevistados, Amaro (2020) associa a independência de uma editora ao seu tamanho: “toda editora pequena é independente” e ainda existiriam as chamadas “nanoeditoras”, que produzem quantidades mínimas e atendem a um público mínimo. No caso da Malê, buscam crescer no mercado editorial. Amaro (2020) afirma que, ao crescer, a independência não se manterá, pois a editora “acaba operando no mercado de uma forma que não é independente”.

O editor Tadeu Breda (2020), da **Editora Elefante (5)**, não tem definições claras sobre o termo, mas sugere que o independente identifica uma editora com “espírito de querer publicar antes de qualquer coisa”, que tem “vontade”, “ímpeto” por conteúdos relevantes para seus editores:

É como se o editor independente tivesse o ímpeto inicial em publicar conteúdos que dialogam com a visão de mundo das pessoas envolvidas e que... vem uma vontade muito grande, assim, isso é

meio abstrato, subjetivo, isso talvez não se aplique muito a todas as editoras independentes. (Breda, 2020).

Também sugere o editor independente como um profissional multitarefas, que acompanha um circuito ou meio “alternativo”, não *mainstream*. Sua editora seria marcada pela ausência de investidores, pois – a exemplo da Editora Elefante – não é pensada, inicialmente, como um negócio, mas torna-se um, inevitavelmente. Seriam “editoras que começam de maneira mais espontânea, talvez” (Breda, 2020), que passam por um momento de decisão entre manter a editora como um *hobby*, com edição “lenta e sem pressa”, ou torná-la o trabalho principal, adequando-se a “imperativos da realidade capitalista”. Seria, também, uma editora com maior apuro estético, com uma estética “menos *comercialóide*” [sic].

Ainda, discorre que a editora independente seria um negócio que garante o mínimo de condições financeiras para seus profissionais, mas que “dificilmente vai deixar alguém rico”. No entanto, os livros não podem “dar prejuízo” – e questiona-se, então, se isso não faria a editora perder seu caráter independente. Nesta entrevista em particular, embora o editor tivesse uma ideia do que seria o *independente*, ainda o considerava uma coisa “nebulosa”, passível de discussão. Neste sentido, a editora acha que o termo **interdependente** se aplicaria melhor às suas práticas, assumindo uma dependência muito específica da editora aos leitores: “se os leitores pararem de se interessar pelos nossos livros, a gente não tem muito mais o que fazer” (Breda, 2020).

Por fim, também questiona se as editoras maiores não seriam as mais independentes (financeiramente), afinal poderiam comprometer uma porcentagem pequena do seu catálogo com livros que não dariam lucro – ideia relacionada a livros de fundo de catálogo que geram credibilidade ao editor: “a gente sempre pensa em se pagar. Pelo menos. Um livro que dá prejuízo é realmente uma desgraça” (Breda, 2020).

5.2.2 Editores em Portugal

Em comparação aos editores brasileiros, percebe-se que em Portugal a discussão sobre o termo independente apresenta ainda menos consensos. No caso da E-Primatur, Hugo Xavier (2020) prefere não escolher um conceito, ou um rótulo, para defini-la: “eu não sei dizer o que somos ou o que não somos”. No entanto, utiliza o termo de forma a distinguir certas práticas editoriais: “um editor independente está muito habituado a gerir

o seu negócio do começo até o fim”. Para Xavier (2020), é difícil definir o conceito, pois percebe que muitos editores pequenos que se entendem como independentes o fazem em comparação a grupos como a Porto Editora e a Leya. Em sua visão:

A Porto Editora é a editora mais independente que nós temos em Portugal há não sei quantos anos. E, portanto, é um gigante da edição, é o maior grupo editorial português, e que se fez numa empresa familiar, que nunca teve participação de capitais que não sejam os próprios capitais e, portanto, mais independente que a Porto Editora não há. (Xavier, 2020).

Portanto, nesta entrevista, associa-se o termo independente ao tamanho da editora e ao financiamento. No caso da E-Primatur, dependem financeiramente apenas de um dos editores, chamado de “sócio capitalista da editora” e de *crowdfunding*, mas não descartariam o apoio de instituições se tivessem a oportunidade, pois isso os possibilitaria “produzir ainda mais livros” (Xavier, 2020).

A editora **Gato Bravo (2)**, no entanto, define-se a partir do conceito de *independente*, conforme Paula Cajaty (2020). Para ela, a editora independente não participa de um grupo editorial, embora seja uma empresa, e busca trabalhar com a qualificação de catálogo, ou seja, sua linha editorial não segue uma lógica somente financeira, mas prioriza garantir a confiança do público. Foca em um “conceito de qualificação de catálogo, de conquista de um autor que tem a possibilidade de, a longo prazo, ter um retorno positivo para a empresa” (Cajaty, 2020). Ainda, este tipo de editor teria uma relação mais próxima com o livreiro, com os profissionais (revisores, tradutores, designers) e com o próprio processo de publicação do livro. O independente, então, é entendido como uma oposição aos gigantes da edição, com faturamentos bilionários e alcance internacional e à editoras orientadas a “atingir um lucro e buscar um *best-seller*” (Cajaty, 2020), que priorizam livros que serão facilmente absorvidos pelo público em detrimento de projetos mais literários.

Diogo Vaz Pinto, da **Língua Morta (3)**, percebe o *independente* como uma noção “polêmica” e “muito difícil em Portugal”; acredita que muitos editores que se consideram independentes na verdade não o são. Para ele, é necessário ter um olhar crítico a esta definição, a começar pelo catálogo: “há editoras independentes em Portugal que me parecem que têm um trabalho muito pouco interessante e, depois, há outras editoras que não são independentes e que acabam por ter muito mais critério de qualidade”. Em seu entendimento, projetos literários são aqueles que colocam “o dedo na ferida do tempo, do seu tempo” e critica editoras portuguesas que se intitulam independentes cujo foco seria

“procurar maneiras ou de editar seus amigos e os seus pares, ou de editar aquelas edições que lhes dão meios de ganharem dinheiro com apoios” (Vaz Pinto, 2020).

No caso da Língua Morta, definem-se como independentes, termo que estaria ligado a uma programação, uma agenda crítica específica ou um nicho “que o capitalismo acaba sempre por rejeitar” (Vaz Pinto, 2020). Ou seja, o campo da edição estaria inserido em um contexto econômico impossível de ignorar: “uma editoria literária que não questiona a forma como a própria edição perde a sua independência pelo fato das escolhas que é obrigada a fazer, por questões financeiras ou econômicas, não é literária” (Vaz Pinto, 2020). Percebe-se uma descrição mais voltada ao que *não* seria uma editora independente: 1) comunicar-se com o público da mesma forma que editoras comerciais, 2) ter um catálogo voltado para ganhar apoios institucionais, 3) alimentar uma lógica familiar, 4) fechar-se para o público, 5) não questionar o capitalismo e 6) não atacar os privilégios em causa no espaço da literatura portuguesa ou local (Vaz Pinto, 2020).

Para Carlos Machado (2020), da **Companhia das Ilhas (4)**, a discussão sobre o *independente* também é confusa em Portugal: “na verdade, se formos rigorosos, ninguém é independente”. O entrevistado refere-se à dependência que as editoras têm dos leitores, das vendas, das livrarias – ou seja, do mercado. No entanto, a própria Companhia das Ilhas utiliza o termo *independente* em seus canais de divulgação e não trabalha com intermediários, nem depende de uma grande rede livreira ou de distribuidoras. Para o entrevistado, a maior independência seria a *independência intelectual*, mesma expressão mencionada por Schiffrin (2001).

Conforme Machado (2020): “nós editamos apenas aquilo de que gostamos. Não temos nenhum tipo de dependência, seja de que tipo for, que nos obrigue a editar este autor ou outro qualquer, e a escolha é absolutamente nossa”. Para ele, a existência das editoras independentes está ligada à maior liberdade de escolha para os leitores e à maior qualidade das publicações, bem como à possibilidade de editar livros de gêneros menos comerciais, como poesia e teatro. Também não associa o tamanho de uma editora à sua independência: acredita que há editoras com maior “dimensão financeira” que permaneceram independentes no país, a exemplo da Relógio D’Água (Machado, 2020).

Neste sentido, menciona que as editoras independentes seriam aquelas que mantêm seu catálogo, apesar das necessidades financeiras: “se podemos editar e temos dinheiro, editamos. Não nos obrigamos a editar lixo só para fazer o dinheiro para editar outras coisas, percebes?” (Machado, 2020). Acrescenta que as independentes seriam

aquelas a não publicar consoante o gosto da crítica ou da maioria, nem das expectativas de vendas ou da fama prévia de um autor/tema.

Por sua vez, Sofia Gonçalves (2020), da **Dois Dias Edições (5)**, acha o *independente* um termo “difícil” e não acredita que este seja a melhor palavra para definir a editora: “eu não sou particularmente fã do termo independente, porque acho que isso implica que tu te posicionas perante a possibilidade de dependência de alguém. Ou seja, tem que haver uma estrutura da qual tu te tornas independente”. Prefere o termo *dissidente*, pois teria maior carga política e estaria associado a ideias como “contracorrente”, “contramão”. Assim como no caso da Dublinense (Brasil) e da Língua Morta (Portugal), reforça que não está a fazer juízo de valor quanto a práticas que não se encaixam como *dissidentes* ou *independentes*: não seriam melhores ou piores, apenas maneiras diferentes. A editora não é considerada uma empresa e utiliza, ainda, a expressão “tornar-se menor”:

Não é ser menor, é tornar-se menor. É fazer o possível para ter uma escala menor, para ter implicações e compromissos mais restritos e mais limitados. E eu gosto particularmente desta expressão e, portanto, acho que é...a Dois Dias é uma editora que preza em tornar-se menor. Em garantir que tenha a escala certa para poder fazer o que quer. Não é fazer melhor, mais uma vez, é poder fazer o que quer.

Para além de definições, Gonçalves (2020) acredita estar em causa “a questão de tu rumares numa mesma direção ou encontrares outras formas de fazer e de pensar”. Editoras que buscam ser uma alternativa, como é o caso da Dois Dias, teriam um importante papel no espaço editorial, pois assumem riscos e abrem espaço a novos autores contemporâneos, de forma a “recuperar este tipo de produção que é tão, ou mais, válida quanto aquela que exige grandes tiragens e que tem grandes vendas garantidas. E a outra coisa positiva, que é também, se calhar, poder arriscar mais no presente” (Gonçalves, 2020).

5.3 Bibliodiversidade

Nesta categoria, foram considerados os entendimentos dos entrevistados sobre o termo bibliodiversidade. Ainda, *se - e como -* eles utilizam este termo para definir sua editora, suas práticas e seus objetivos ao longo da construção de um catálogo.

5.3.1 Editores no Brasil

Apresentam entendimentos semelhantes a Galland (2011) e Hawthorne (2014) sobre o conceito de bibliodiversidade. Nenhum afirmou discordar do uso do termo – ou não soube ou não achou relevante explicá-lo em suas próprias palavras. De forma mais recorrente, associam-no à prática de editoras independentes ou pequenas de publicar títulos que não são facilmente encontrados no mercado editorial ou que não fazem parte da agenda de grandes grupos editoriais. Ou seja, promover a bibliodiversidade seria publicar títulos que fogem ao padrão da literatura brasileira (ou estrangeira): em sua maioria, livros escritos por – ou com protagonistas – masculinos, brancos, heterossexuais, de classe média e nascidos em grandes metrópoles, conforme pesquisa divulgada pela Revista Cult (2018).

Para Gustavo Faraon (2020), da **Dublinense (1)**, além de obras da literatura nacional, as traduções seriam um exemplo de livros que promovem e bibliodiversidade: a editora já publicou autores mexicanos, iranianos, franceses, italianos, portugueses, angolanos, moçambicanos, alemães, americanos. Em suas publicações, buscam trazer discussões relevantes, atuais e até inéditas ao público: “sempre que a gente publica uma coisa é com isso que o pessoal está ansioso, para saber qual é o assunto que a gente vai trazer para conversar e de onde vêm aqueles livros” (Faraon, 2020).

Toni Moraes (2020), da **Monomito Editorial (2)**, entende que bibliodiversidade não se limita à diversidade de gêneros literários publicados: uma editora que afirma apostar na bibliodiversidade deve “ter um leque de publicações que abordem temáticas diferentes, feitas por autores diferentes”. Promovê-la, então, seria dar espaço a vozes e assuntos distintos, que interessam a pessoas distintas. Um exemplo são os livros de temática LGBTQ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e *queer*) da editora e o fato de a maioria dos autores da casa serem, de fato, *autoras*. Neste sentido, o editor também aborda a necessidade de contar com a colaboração de “leitores sensíveis”, pessoas familiarizadas com estas temáticas e que poderão fazer uma leitura especializada das histórias para que cheguem ao público leitor sem reproduzir preconceitos ou termos inapropriados e ofensivos, por exemplo.

Clô Barcellos (2020), da **Libretos (3)**, também entende a bibliodiversidade como uma oportunidade para os leitores terem acesso a novos autores e conhecerem histórias que nunca foram publicadas. Associa o termo diretamente à existência da editora, que desde o início buscou publicar histórias regionais até então desconhecidas do público. Barcellos

(2020) afirma: “Nós nos formamos desse conceito. A Libretos é a bibliodiversidade”. Ainda, associa o uso desse conceito a diferentes formatos possíveis para o livro, de forma a garantir acessibilidade a pessoas com deficiência, como *podcasts*, audiolivros ou livros com maior visibilidade para leitura.

No caso da **Editora Malê (4)**, cujo foco é dar espaço a autores negros no mercado, a fala de Vagner Amaro (2020) ilustra como estas discussões sobre o perfil do escritor e das personagens trariam diversidade ao mercado como um todo, não necessariamente à editora:

Às vezes a gente é questionado em relação a: “como que vocês estão falando de diversidade se vocês têm 98% do catálogo de autores negros?”. Então, existe uma preguiça desse público de entender que a gente traz a diversidade para o mercado, que é muito maior. Não é diversidade no nosso catálogo, é diversidade para o mercado. Sim, eu acredito que bibliodiversidade é essa possibilidade de você ter representada, no repertório literário de cada região, a diversidade que existe na sociedade. Então, se essa diversidade está representada ali, existe bibliodiversidade.

Ou seja, para Amaro (2020), a bibliodiversidade seria um compromisso social e está presente não apenas nas temáticas dos livros, mas também na forma como estes são feitos e *por quem*. Ou seja, seria a promoção da diversidade de identidades, sejam elas de gênero, sexual, racial ou geográfica, que passa tanto pelo conteúdo dos livros quanto por seus autores: mulheres, pessoas negras, imigrantes, pessoas com deficiência e tantas outras vivências presentes na sociedade. A partir desta ideia, o entrevistado acredita que promover a bibliodiversidade pode trazer mudanças reais para os mercados editoriais, tendo a própria Editora Malê servido de exemplo para que outras editoras maiores publicassem mais autores negros no país. Como exemplo, destaca os livros da autora brasileira Conceição Evaristo, antes inacessíveis no país.

Tadeu Breda (2020), da **Editora Elefante (5)**, percebe o uso cada vez mais recorrente do termo, principalmente após o que chama de “proliferação de pequenas editoras no Brasil, que trouxeram justamente um pouco mais de bibliodiversidade para o leitor”. As editoras menores seriam “cruciais para a bibliodiversidade”, pois publicam livros que “muito dificilmente, ou jamais, sairiam por editoras comerciais” (Breda, 2020). Ainda, acredita que as editoras independentes tenham maior identificação ideológica, cultural ou política com títulos que não tenham, necessariamente, maior apelo comercial. No caso da

Elefante, destaca livros com temáticas à esquerda e a coleção da autora e ativista negra bell hooks.

5.3.2 Editores em Portugal

Ao contrário dos editores brasileiros, alguns editores de Portugal parecem ter mais resistência quanto a utilizar um termo para definir suas práticas editoriais, o que não significa que suas editoras não sejam importantes para a bibliodiversidade. Ainda, alguns ponderam que grandes grupos editoriais também podem promovê-la. Cada editor trouxe entendimentos mais específicos sobre o tema, mas em geral também se assemelham aos de Galland (2011) e Hawthorne (2014).

Hugo Xavier (2020), da **E-Primatur (1)**, afirma que os conceitos o preocupam “relativamente pouco”, mas afirma que “nunca entraria para um negócio editorial para fazer exatamente o mesmo, ou muito igual, muito próximo do que está a ser feito em Portugal”. Em sua editora, preocupam-se em traduzir livros clássicos ou de qualidade nunca publicados no país, ou seja, preencher lacunas existentes no mercado editorial. No entanto, também pondera que grandes grupos como a Porto Editora e o grupo Leya tem “uma porcentagem muito interessantes de bons livros, obras importantes, de obras que têm relevância”, mas acabam por investir mais na divulgação de livros “menos bons, ou mais comerciais”, ou seja, livros “cujo objetivo é não tanto ter uma influência sociocultural” (Xavier, 2020), posto que precisam publicar títulos de diferentes segmentos para garantir resultados financeiros. Para os grandes, então, publicar bons autores seria muito mais uma forma de garantir prestígio ou reconhecimento; “o livro com determinadas características, um bom livro de literatura, de ensaios, vai ter os seus efeitos sociais. Há poucos editores que têm essa preocupação, mas existem alguns que têm” (Xavier, 2020).

De fato, percebe-se que o discurso mais semelhante ao brasileiro é o de Paula Cajaty, da **Gato Bravo (2)**, editora que entra na categorização de Portugal, mas também atua no Brasil. Cajaty (2020) afirma que o próprio termo *independente* não era tão disseminado em Portugal quando começou a trabalhar no país em 2015. Para ela, a bibliodiversidade tem a ver com leitores terem a chance de encontrar livros diferentes, que expressem vozes mais diversas nas livrarias. Em seu catálogo, publica autores novos que normalmente não teriam espaço em grandes editoras. Ou seja, bibliodiversidade seria publicar o contrário

do que é oferecido pelos grandes grupos editoriais, que tendem a publicar títulos semelhantes e que já funcionam para um determinado público massificado.

Então o que acontece é que eventualmente você não quer ver aquele livro que você já tem mais ou menos uma perspectiva do que que ele vai te apresentar, você quer ver outras vozes. Então, essas outras vozes, que não têm o mesmo espaço na Fnac, aparecem nas editoras que trabalham com o conceito da bibliodiversidade. Então, você vai ter, por exemplo, livros de autoras mulheres. É só dar uma olhada, por exemplo, no catálogo da Penguin e de outras da Random House, que você vai ver uma massiva quantidade de textos publicados por homens e, agora, eles estão se dando conta disso. Já uma editora que trabalha com bibliodiversidade, ela tem condição de direcionar o trabalho dela para determinados públicos e conseguir novas vozes. Ou seja, buscar novas lideranças, novas vozes, novos textos, entende? (Cajaty, 2020).

Para o editor Diogo Vaz Pinto, da **Língua Morta (3)**, vale questionar o próprio termo bibliodiversidade, que seria “parte do marketing das editoras independentes”. Avalia o seu uso sob uma perspectiva distinta de outros entrevistados: o editor parte de uma discussão sobre o real uso do termo *independente*, que em sua visão é erroneamente utilizado por aqueles editores que publicam a si e a seus pares, o que não resultaria em diversidade. Para ele, “não basta publicar muita coisa, não basta publicar coisa estranha, é preciso publicar coisas que estejam em diálogo com o momento e que coloquem algum tipo de constrangimento”. Menciona que o conceito de bibliodiversidade “parte do princípio de que as editoras independentes fazem um trabalho que as editoras comerciais não fazem” (Vaz Pinto, 2020). Considerando as teorias anteriormente apresentadas, seria possível dizer que esta editora promove a bibliodiversidade, pois busca publicar títulos “ausentes no espaço da literatura portuguesa” (Vaz Pinto, 2020), especificamente de novos autores ou de autores que nunca receberam a atenção devida de outros editores.

Para Carlos Alberto Machado (2020), da **Companhia das Ilhas (4)**, o conceito também está relacionado à *liberdade* do leitor e do editor. Acrescenta que a liberdade seria, então, um conceito relativo se levarmos em conta que nem todas as editoras têm as mesmas oportunidades no espaço público (ou nas livrarias). Para ele, é justamente a diversidade de editoras que irá garantir a diversidade de publicações: “seria impensável haver uma única editora num só país, não é, quanto mais editoras, mais liberdade de escolha para quem gosta de ler” (Machado, 2020). Afirma que os livros publicados por editoras pequenas representam uma boa parcela do mercado editorial do país e têm um

papel muito importante na promoção da bibliodiversidade, pois seriam livros com “qualidade média superior à qualidade dos livros que são editados pelas grandes editoras” (Machado, 2020). Sua editora publica livros com foco em poesia, teatro e ensaio, sendo 30% do catálogo composto por autores açorianos. Este entrevistado destacou também o papel dos grandes grupos editoriais para a diversidade, pois estas empresas seriam as principais responsáveis por trabalhar na área da tradução (e podem pagar pelos direitos de publicação de livros de autores renomados internacionalmente).

Nestes mesmos sentidos, Sofia Gonçalves (2020), da **Dois Dias Edições (5)**, descreve a bibliodiversidade como uma “possibilidade de nós construirmos uma cultura do livro a partir de pontos de vista distintos”. Em seu entendimento, seria uma oportunidade para que autores já consagrados e autores à margem coexistam, além de outros autores “dissidentes” que se encontrem no meio destes extremos. Como consequência, haveria maior diversidade para leitores e de leitores.

5.4 Cadeia do livro e percursos editoriais

Considerando a cadeia do livro como esta rede de atividades mencionada por Bordieu (2018) e Thompson (2012) em que o editor é o “jogador em um campo” junto a outros agentes na produção do livro, esta seção busca observar se as editoras aqui estudadas apresentam práticas que fogem ao padrão nesta cadeia de valor. Elas foram listadas em tabelas e percebemos que são iniciativas originais, desde a busca e produção de conteúdo até a distribuição do livro ao leitor final. Chamaremos estas escolhas subjetivas ou até estratégicas de cada editor para colocar-se no espaço editorial de *percursos editoriais*.

5.4.1 Editores no Brasil

Dentre as práticas mais mencionadas pelos editores brasileiros na cadeia do livro, destacam-se: 1) Participação direta dos editores em feiras do livro (de circuitos tradicionais ou independentes), 2) Ausência de departamentos e estratégias específicos (marketing, comunicação) 3) Trabalho de distribuição com foco em livrarias menores (muitos não trabalham com grandes redes ou com a Amazon), 4) Pouco ou nenhum investimento financeiro dos editores nos livros (não assumem dívidas), 5) Editores acumulam funções (revisão, divulgação, distribuição pelos correios, diagramação), 6)

Editores publicam aquilo que gostariam de ler, 7) Editores estão abertos a publicar gêneros diferentes dos que estão acostumados, 8) Dificuldades principalmente financeiras (por exemplo, não render o suficiente para sustentar-se da edição ou necessidade de encontrar novos modelos de negócio), 9) Necessidade de fortalecer conhecimentos sobre gestão de negócios e vendas, 10) Preocupação especial com o design e a qualidade editorial dos títulos, 11) Foco atual em melhorar o site para fortalecer as vendas online, 12) Estratégias criativas para financiar, divulgar ou vender os livros, 13) Foco na comunicação digital, 14) Assessoria de imprensa tradicional cada vez menos usada (enviar livros a jornalistas é arriscado, pois não há garantias de que o livro terá uma crítica publicada), 15) Contratação de *freelancers* para atividades menos recorrentes (tradução, revisão) e 16) Proximidade maior com leitores, editores e livreiros

Percebe-se, assim, que estes editores enfrentam dificuldades, mas buscam formas inovadoras (e, notadamente, particulares de editoras menores) de traçarem seus percursos dentro da cadeia do livro. Na Tabela 9, é possível observar esta categoria em detalhes:

Tabela 9

Cadeia do livro e percursos editoriais: Brasil

EDITORA BRASIL	CADEIA DO LIVRO	CITAÇÃO
GUSTAVO FARAON, DUBLINENSE	<ol style="list-style-type: none"> 1) Experimentar com os gêneros 2) Não receber manuscritos: indicações de editores, agentes e autores 3) Marketing: aumentar as vendas no site 4) Planejamento “orgânico” 5) Impressão sob demanda 6) Estar em todas as livrarias (principal canal de vendas) 	<p>“Um editor está fazendo um livro novo sem parar, então cada livro tem uma lógica de venda, tem um público definido, é tudo diferente, então é muito difícil. Na verdade, é meio inútil querer encontrar essa fórmula, um jeito correto de trabalhar, tem que ir surfando com o que já aprendeu com os outros, mas seguindo também o seu instinto, porque você não pode tentar replicar o que deu certo num livro, em outro, porque ele não vai se portar da mesma maneira [no mercado].”</p>
TONI MORAES, MONOMITO EDITORIAL	<ol style="list-style-type: none"> 1) De início, publicação paga por autores, mantendo a seleção editorial 	<p>“A gente tá tentando se encontrar mais ou menos na questão de como se vender pro mercado, mas a gente já tem um público pequeno que conhece as nossas publicações, que seguem a gente e que vai</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 2) Publicar tudo o que gostariam de ler e fidelizar os leitores 3) Divulgação também deveria ser responsabilidade do autor 4) Foco em livrarias pequenas: não vendem na Saraiva e na Cultura 5) Vendem na Amazon, mas não gostariam 6) Não assumem dívidas 	<p>sempre nos procurar nas feiras, quando sabe que a gente tá nas feiras, tem gente que sempre volta. (...) Nós somos bem pequenos e estamos crescendo. A gente cresce muito pouco, muito devagar, porque a gente não tira um centavo do bolso para investir na editora, todo o dinheiro que tá investido na editora foi o dinheiro que a própria editora já rendeu, então é um bolo que cresce bem devagar, mas cresce”.</p>
<p>CLÔ BARCELLOS, LIBRETOS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Marketing: construção forte da <i>persona</i> da editora 2) Edição cooperativada: financiamento parcial pelo autor, que colabora no depósito e na venda 3) Mesmo cooperativado, o livro passa por seleção editorial 4) Não assumir dívidas 5) Foco na “capilaridade”: captação de público a longo prazo 6) Vendem na Amazon 7) Estratégia de comunicação “orgânica” 8) Experimentar com formatos: CD, audiolivro, livros de bolso 	<p>“A gente elaborou uma forma cooperativada: remunera o autor com uma tiragem, mas não perde o contato com essa tiragem. Remunera o autor para ele ficar com os exemplares, a gente faz uma divisão “hermana”, um trabalho coletivo, de venda coletiva, em que sai do depósito dele e do nosso, dele e do nosso; na venda, na divulgação, a gente faz tudo junto. E aí é isso que eu digo, é uma cooperação, não é uma coedição porque o escritor não é uma editora, mas é uma cooperação porque ele se torna um parceiro daquele produto, ele vai junto, nós somos sócios do produto. A marca anda junto com o livro, o livro anda junto com a editora, e junto com o autor em todos os lugares aonde ele vai.”.</p>
<p>VAGNER AMARO, EDITORA MALÊ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Linha editorial e identidade bem definidas 2) Garantir representatividade negra nas peças publicitárias 3) Marketing em revistas literárias e parcerias com livrarias 	<p>“Havia uma certa insegurança em marcar esse território. Quando a gente criou o perfil editorial e também colocou como esse recorte racial no perfil editorial, de um jeito muito explícito, é algo que também não aparecia no discurso das outras editoras e tudo isso foi criando uma identidade. Então, a Editora Malê tem uma identidade muito bem definida, que o público conseguiu</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 4) Produção de eventos (festas literárias) 5) Demarcar importância de autores negros no mercado e na literatura brasileira 	<p>captar e espera que a gente comunique isso. Eu acho que a nossa maior estratégia de marketing, até então, é continuar comunicando isso pro público. (...) Acho que a gente fez um trabalho de valorização dessa literatura e, de fato, o mercado começou a entender "olha, isso é importante, vale a pena publicar esses autores".</p>
<p>TADEU BREDÁ, EDITORA ELEFANTE</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Publicar conteúdos sem muito apelo comercial 2) Ausência de padrão na escolha das obras 3) Editor multitarefas 4) Acompanha circuitos alternativos 5) Não vende na Amazon e na Saraiva 6) Converter todos os livros em ebook 7) Influenciadores e newsletter para divulgação 8) Foco em feiras locais 	<p>“Eu fiz durante bastante tempo: vender os livros pela Internet, mandar os livros para livraria, empacotar, chamar transportadora, fazer nota fiscal, controlar as vendas, controlar estoque, pagar boleto, negociar orçamento de gráfica, fazer divulgação, divulgação na imprensa, divulgação nas redes sociais, escrever no blog, fazer newsletter, enfim, uma quantidade...e editar os livros, né? Revisar, enfim”.</p>

Fonte: Dados da pesquisa.

5.4.2 Editores em Portugal

Quanto às práticas mais mencionadas pelos editores em Portugal, percebem-se iniciativas distintas daquelas dos editores brasileiros. Referem, por exemplo, participar de feiras do livro, mas com menor frequência, o que pode ser explicado pela dimensão geográfica do país e pela concentração da edição no Porto e em Lisboa. As editoras portuguesas são mais distintas umas das outras (tanto pelo tamanho quanto por seus objetivos), e não realizam tantas parcerias entre si. A maioria costuma vender seus livros em todas as livrarias interessadas, mesmo nas grandes redes (a menos mencionada foi a Bertrand) e destacam que o público leitor português ainda é resistente às tecnologias digitais.

Mencionaram, em comum com editores do Brasil: 1) Editores acumulam funções (revisão, divulgação, distribuição pelos correios, diagramação), 2) Editores publicam

aquilo que gostariam de ler, 3) Foco atual em melhorar o site para fortalecer as vendas online, 4) Contratação de *freelancers* para atividades menos recorrentes (tradução, revisão), 5) Preocupação especial com o design e a qualidade editorial dos títulos, 6) Estratégias criativas para financiar, divulgar ou vender os livros, 7) Foco na comunicação digital, 8) Assessoria de imprensa tradicional cada vez menos usada (embora ainda utilizada para garantir credibilidade perante o público), 9) Ausência de departamentos e estratégias específicos (marketing, comunicação) e 10) Proximidade maior com leitores, editores e livreiros. Na Tabela 10, é possível conferir esta categoria em detalhes.

Em relação ao editor acumular tarefas, Hugo Xavier (2020) destaca que esta não é uma característica negativa das editoras menores, pois ter entendimento total do processo de edição seria uma vantagem deste segmento:

Quem não tem uma noção do todo nunca vai conseguir arranjar uma solução boa, em que área for da área editorial. Ou seja, se eu não percebo quais é que são os problemas de um livreiro, quais é que são os problemas de uma gráfica, quais é que são os problemas de um tradutor, quais é que são os problemas de um revisor, de um crítico literário etc. eu não vou, nunca, saber como pensar numa estratégia para resolver, ou pra me posicionar nisto. (Xavier, 2020).

Tabela 10

Cadeia do livro e percursos editoriais: Portugal

EDITORA PORTUGAL	CADEIA DO LIVRO	CITAÇÃO
HUGO XAVIER, E-PRIMATUR	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Crowdfunding</i>: plataforma própria 2) Conselho editorial para definir títulos 3) Armazém próprio 4) Estratégia editorial: preencher lacunas 5) Marketing: estratégia de “comunidade” para leitores escolherem títulos 6) Newsletters e foco no site 7) Vendas para todos os canais, exceto super e hipermercados 	<p>“Numa editora pequena, há muito mais essa maleabilidade. Da mesma maneira, todo o contacto com a cadeia do livro, o contacto com livreiros, com o próprio leitor, e tudo mais, é muito mais próximo e é muito mais maleável. Permite...uma grande editora, de um grande grupo de contactos, não pode, de maneira nenhuma, por mais que quisesse, fazer um contacto próximo com todos aqueles que contactam, como fazemos nós na E-Primatur”.</p>

<p>PAULA CAJATY, GATO BRAVO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Impressão sob demanda 2) Foco em qualificação de catálogo 3) Venda em todas as livrarias e Amazon 4) Projetos pontuais de financiamento coletivo 5) Alguns títulos apenas em ebook 6) Serviços pagos de produção editorial 	<p>“A gente acaba estabelecendo relacionamentos individuais, mesmo, com cada autor. E eu acho isso uma coisa que conta muito positivo para a editora, porque o trabalho da editora pequena se diferencia exatamente por essa possibilidade de um olhar mais cuidadoso à obra do autor e do livro, enfim, do autor como um todo”.</p>
<p>DIOGO VAZ PINTO, LÍNGUA MORTA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Hobby</i>: edição como algo não comercial 2) Edição no tempo livre 3) Vendas: site e email 4) Aumentar presença em livrarias comerciais (exceto Bertrand) 5) Distribuidor em comum com outras editoras menores 6) Não busca proximidade com o leitor 7) Autores convidados a editar 	<p>“Não só não fazemos marketing, nós fazemos antimarketing, ou seja, nós gostamos de agredir de algum modo o nosso leitor, pra que ele perceba que se, ele gosta dos nossos livros, isso é o aspecto em que nós nos ligamos”. (...)</p> <p>“Sou eu que faço as capas, sou eu que pagino os livros, sou eu que, muitas vezes, faço a revisão, e isso prejudica o trabalho da nossa editora, a falta de dinheiro”.</p>
<p>CARLOS MACHADO, COMPANHIA DAS ILHAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Vendem para Fnac, Porto Editora e Almedina 2) Distribuição própria (correios) 3) Foco na comunicação digital 4) Livraria própria 5) Cuidado especial à questão financeira 	<p>“Uma editora pequena se quiser manter uma relativa independência não pode criar um corpo profissional acima das suas capacidades, pois há risco de fechar, de ir à falência. Porque é muito difícil, os custos com a edição são altíssimos. Quer em termos materiais, não é, na impressão dos livros, quer a nível das outras áreas, do envolvimento, da edição do livro etc. Então temos que manter muito controlada a questão financeira”.</p>
<p>SOFIA GONÇALVES, DOIS DIAS EDIÇÕES</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Não é uma empresa 2) Produto da edição não é apenas o livro, mas 	<p>“Nós temos uma prática que gostamos também de alimentar, de nutrir, que é a dos lançamentos dos livros, cá está, como produzimos pouco, depois quando</p>

	também outros trabalhos artísticos	produzimos é uma festa. E, então, nos lançamentos fazemos sempre questão de
3)	Distribuição própria (correios)	criar um momento particular de celebração daquele livro, tentamos pensar sempre a
4)	Livros financiam-se uns aos outros	ideia de lançamento com outro tipo de perspectivas e vamos experimentando
5)	Vendas em todas as livrarias interessadas	várias hipóteses.

Fonte: Dados da pesquisa.

5.5 Associativismo, parcerias e feiras do livro

Nesta categoria, foram consideradas as discussões sobre associações de editores (independentes ou não), parcerias com outros profissionais ou casas editoriais, participação em feiras do livro e outras formas de coletividade consideradas pelos entrevistados. Em geral, percebe-se que estas iniciativas são mais comuns no Brasil. No país, as feiras do livro são especialmente importantes para o volume de vendas anual das editoras, desde as feiras mais tradicionais (como as feiras dos municípios e das universidades) às independentes (organizadas por coletivos e editores menores). Tendo em conta as dimensões geográficas do país, ocorrem mais feiras ao redor do país do que em Portugal. No entanto, nem todas as editoras conseguem cobrir os custos de viajar para outras cidades para expor seus livros, como menciona Breda (2020).

O exemplo do impacto destas feiras no país é o próprio surgimento da LIBRE (Liga Brasileira de Editores), que surge em 2002 através da feira Primeira Literária, criada por editores independentes que buscavam uma alternativa à falta de espaço nas livrarias, conforme explica o entrevistado e então presidente da associação Tomaz Adour (2020). A feira acontece a cada ano em uma capital diferente do país. Atualmente, o objetivo da associação é também encontrar “novos caminhos para esses editores” (Adour, 2020). Outra associação mais recente é a Coesão Independente que, conforme Toni Moraes, da Monomito Editorial, une editoras pequenas que organizam eventos, indicam serviços (gráficas, fornecedores) e trocam experiências, mas a maioria de seus associados ainda são da região Sudeste (principalmente de São Paulo).

Assim, as parcerias entre as editoras são frequentes no Brasil. Foi mencionado, inclusive, um grupo de WhatsApp com diversos editores independentes no qual trocam informações, e contatos e compartilham suas iniciativas. Conforme Moraes (2020),

“todos os editores compartilham os financiamentos coletivos uns dos outros” e as editoras divulgam os trabalhos umas das outras em suas redes sociais. Mesmo em um mercado pequeno, o editor afirma que “encarar o outro como meu adversário não vai ajudar em nada (...) estou ali compartilhando um mercado. Se melhora para um, melhora para todo mundo” (Moraes, 2020). Faraon (2020) compartilha deste pensamento e conta que a Dublinense já dividiu escritório com outra editora; não considera outras editoras como concorrência:

o leitor com quem trabalhamos é um leitor que consome bastante livro, então não é porque hoje ele deixou de comprar um livro meu e comprou um livro da [Editora] Nós que amanhã ele não vai vir comprar um livro meu. A gente encara uns aos outros mais como colegas, parceiros, do que como concorrentes. (Faraon, 2020).

Ainda, destacam-se as publicações em conjunto com outros editores, como no caso da Elefante em parceria com as editoras Ubu, Relicário e Bazar do Tempo na publicação de obras da autora Audre Lorde (Breda, 2020). Para Barcellos (2020), da Libretos, a palavra-chave das editoras menores deve ser a cooperação, que pode acontecer pelas publicações (coedição), divulgação e feiras do livro (como dividir os custos de uma banca). Da mesma forma, Amaro (2020), da Editora Malê, percebe as feiras do livro, ou festas literárias, como oportunidades de trabalhar com outras editoras.

Em Portugal, percebe-se menor frequência de feiras do livro independentes organizadas pelos editores e não há uma associação específica para os independentes. Isso não significa que não há interesse por parte dos entrevistados: para Machado (2020), faz falta, no país, uma associação que os represente e lute por mais espaço na comunicação social e a ser “uma voz autorizada nas negociações com os governos, para poderem anunciar com mais força espaços próprios nas feiras do livro grandes como as de Lisboa e Porto, e nas internacionais”. O editor não acha que a APEL (Associação Portuguesa de Editores e Livreiros) represente os editores menores. No entanto, Cajaty (2020), que também atua no Brasil, afirma que a LIBRE traz bons retornos aos editores, mas há mais apoio concreto a editores em Portugal, como durante a pandemia de 2020. Para Cajaty (2020), parcerias entre livreiros seriam mais prováveis, pois os editores costumam publicar livros de gêneros muito diferentes, o que dificultaria parcerias comerciais.

Xavier (2020) compartilha desta opinião. Para ele, a falta de associativismo se deve às dificuldades financeiras enfrentadas e à concentração do mercado na região de

Lisboa. Ainda, percebe que a maioria das iniciativas de parcerias entre editoras acabam falhando: “em Portugal, nós estamos todos uns em cima dos outros” (Xavier, 2020). Acrescenta que o editor independente, ao gerir seu negócio do começo ao fim, dificilmente irá entrar em consenso com outro editor: “temos, todos, pequenos editores, mercados muito específicos e temos muito pouca flexibilidade financeira, o que significa que é muito difícil irmos buscar uma franja do nosso orçamento e juntar a franja do orçamento de outros editores” (Xavier, 2020).

Os editores portugueses relatam parcerias editoriais com escritores ou parcerias comerciais com livrarias. Com outras editoras, mencionam dividir os custos das bancas em feiras do livro (Gonçalves, 2020), publicar livros em conjunto (Vaz Pinto, 2020), fazer eventos culturais (Xavier, 2020) ou terem o mesmo distribuidor (Vaz Pinto, 2020).

5.6 Contextos brasileiro e português

Nesta seção, foram incluídas as falas dos entrevistados acerca dos mercados (ou espaços) editoriais brasileiro e português. Os editores têm percepções semelhantes a Muniz (2016) e Gomes (2018) quanto aos dois mercados editoriais, de forma que o Brasil é marcado por ser o maior produtor de livros nos territórios lusófonos (com grande influência do mercado estado-unidense) e Portugal por ter grandes negócios tradicionalmente familiares.

Em ambos os países, há a forte presença de grandes conglomerados, com os quais os editores acreditam ser difícil competir. Queixam-se, principalmente, do pequeno número de leitores em seus países e das dificuldades de ser um editor menor nestes contextos. Portugal, com uma população e território menores, é percebido pelos brasileiros como um espaço mais “fácil” para que editores pequenos cresçam (Faraon, 2020); conforme Cajaty (2020) há um público leitor mais consolidado neste país. No entanto, os portugueses têm uma percepção diferente sobre seu contexto local: falam das dificuldades em abrir uma editora em Portugal, de pouco espaço para novos autores no mercado (Gonçalves, 2020), das concentrações geográficas significativas e de modelos editoriais muito afastados dos leitores, além da ausência de associativismo (Xavier, 2020). Em comum com o Brasil, Vaz Pinto (2020) percebe um grupo fechado de escritores e editores que publicam para si e não tornam suas criações acessíveis para a maior parte da população.

Especificamente no Brasil, todos os editores mencionaram um crescimento de editoras independentes a partir de 2015, o que se percebe pela data de criação das editoras Elefante, Monomito e Malê.

5.7 Futuro da editora

Esta categoria foi criada considerando discussões **emergentes** das entrevistas sobre o futuro das editoras. Inclui: 1) a possibilidade de serem compradas por grandes grupos editoriais, 2) planos de crescerem ou não (e se isso afetaria sua independência), 3) objetivos a longo prazo e 4) possíveis mudanças no mercado editorial em que se inserem.

Dois editores brasileiros falaram sobre a possível aquisição de suas editoras por grupos maiores e aceitariam caso pudessem manter sua liberdade de publicação. Moraes (2020) destaca que não tem planos nesse sentido, mas caso houvesse interesse de algum grupo, “seria para manter o trabalho que a editora faz, porque, de alguma forma, teria chamado atenção [dos investidores]”. Breda (2020) menciona que a independência da editora se perderia, considerando a necessidade de reportar para um conselho editorial e financeiro e, talvez, fundassem “outra” Elefante:

A editora no fim sou eu e quem trabalha comigo, nós somos a editora né, por mais que uma marca tenha o seu valor e tudo mais, quem faz a marca é a gente, quem publica e vai escolher os livros somos nós, então acho que a Elefante continuaria com outro nome, óbvio, mas esse espírito continuaria com um pouco mais de estrutura.

Em relação a objetivos concretos, a maioria das editoras do Brasil busca crescer, tornando-se uma editora média ou grande, mas mantendo sua identidade:

O nosso objetivo é ser uma editora média algum dia, quem sabe, e que consiga pagar nossas contas e que consiga continuar fazendo as publicações que a gente gosta, que a gente consiga ter pessoas legais trabalhando com a gente, sabe? Então a nossa intenção é essa. (Toni Moraes, Monomito Editorial, 2020).

Claro que queremos crescer, a gente luta para crescer, mas nesse momento a gente não gostaria de crescer publicando coisas diferente do que a gente vem fazendo. (Toni Moraes, Monomito Editorial, 2020).

A ideia é que ano que vem a gente já encontre outro escritório para seis pessoas. Idealmente, também estou sentindo muita falta de ter um editor assistente. Então, idealmente, assim, pra gente, a equipe teria cinco ou seis pessoas, para a gente manter esse volume de trabalho, não sobrecarregar muito ninguém. A minha ideia é eu ir me livrando das coisas, repassando, pra que eu consiga me dedicar o máximo possível à edição do livro propriamente dito e a essa parte que sou eu que tenho que fazer mesmo. Escolher títulos que eu vou publicar, fazer relações, enfim, essas coisas (Tadeu Breda, Editora Elefante, 2020).

Toda a estrutura da Malê foi para um dia ela ser grande. É algo muito sonhador, porque eu sei que as editoras que se tornaram grandes, elas contaram com investidores, e a gente não contou com isso, mas é até algo que a gente estaria aberto para contar. Então a gente é totalmente aberto a isso. O objetivo é se tornar uma grande editora (Vagner Amaro, Editora Malê, 2020).

Clô Barcellos, da Libretos, menciona que o principal objetivo atualmente é divulgar o trabalho da editora digitalmente para garantir que o público tenha conhecimento e se identifique com os livros a longo prazo.

Em relação às editoras portuguesas, destacam-se a Língua Morta e a Dois Dias Edições como projetos que não se pretendem comerciais. No primeiro caso, o objetivo maior é publicar livros que irão perdurar no tempo. No caso da última, o objetivo é “tornar-se menor”: “fazer o possível para ter uma escala menor, para ter implicações e compromissos mais restritos e mais limitados (...) garantir que tenha a escala certa para poder fazer o que quer” (Gonçalves, 2020). No caso da Companhia das Ilhas, a editora recentemente abriu uma livraria própria nos Açores.

Cajaty (2020), por exemplo, não espera que a Gato Bravo cresça a ponto de perder o controle de todos os processos da edição, uma experiência que já testou anteriormente e não funcionou: “eu não gostei do fato de não saber qual é o conteúdo e o autor que está sendo trabalhado, me deu uma certa insegurança”. Xavier (2020), por sua vez, busca tornar a E-Primatur um projeto sustentável, de modo que possa publicar ainda mais livros:

Somos editores que gostariam de crescer, ou seja, eu confesso-lhe que sou um pouquinho megalômano no meu objetivo editorial, basicamente, porque eu quero publicar muitos livros! E tenho imensas coisas que gostaria de publicar, e não tenho dinheiro para publicar todas. Portanto, meu objetivo é, obviamente, construir um modelo financeiro que me permita publicar mais dos livros que eu quero publicar.

5.8 Pandemia

Considerando o período de coleta de dados desta pesquisa, entre os meses de março e novembro de 2020, a pandemia foi um tema **emergente** recorrente ao longo das entrevistas. Apareceram discussões importantes, principalmente mudanças nos hábitos de compra e de leitura às quais os editores tiveram de se adaptar, considerando que as livrarias estiveram fechadas por um longo tempo e que as feiras do livro foram canceladas ou adiadas. O principal deles, mencionado por quase todos os entrevistados, foi a necessidade de fazer melhorias urgentes em seus sites (como exceção, destacam-se aquelas editoras que já tinham um site fortalecido ou aquelas que não se consideram uma editora comercial).

Tanto nas editoras brasileiras quanto nas portuguesas, os editores observaram aumento significativo nas vendas online durante o período de confinamento. No entanto, no contexto português esta mudança foi considerada mais drástica, pois conforme Xavier (2020), “o leitor português, por natureza, ainda é pouco digitalmente apto”. Cajaty (2020) aponta que o “normal” para o leitor português era visitar livrarias no seu tempo livre e fazer compras por impulso. Ou seja, o período da pandemia acelerou um processo que talvez demorasse mais a acontecer neste mercado.

No Brasil, Faraon (2020) aponta que o fenômeno obrigou editores a testar modelos novos e proporcionou “acelerar transformações”; Breda (2020) destacou também a necessidade de adaptar o calendário de publicações, considerando os contextos econômicos e políticos mundiais.

5.9 Profissionais da editora

Outro tema **emergente** ao longo das discussões foi o perfil dos profissionais que trabalham nas editoras. Conclui-se que os editores aqui analisados normalmente têm formação acadêmica nas áreas das Humanidades, como Letras, Jornalismo ou Direito e, em muitos dos casos, estão descontentes com sua área de atuação. Para eles, a edição é uma forma de trabalho mais prazerosa ou como uma nova oportunidade. De forma a gerir a editora como um negócio, trabalham diretamente com outros profissionais (normalmente um sócio ou profissional contratado fixo) de áreas mais administrativas, financeiras ou de gestão. Normalmente, duas a seis pessoas trabalham de forma fixa na

editora, sendo que a maioria dos trabalhos pontuais como revisão, tradução, paginação (ou diagramação) e capa são feitos por *freelancers*.

Em relação ao espaço físico, a maioria dos editores começam trabalhando de casa, sendo que alguns trabalham em um escritório próprio ou compartilham o espaço de trabalho com outra editora de porte semelhante. Na maioria dos casos, conciliam o trabalho da edição com áreas correlatas, como jornalismo, design, direitos de autor e revisão de texto, como também observa Muniz (2016). Em diversos casos, conseguem consolidar a editora minimamente, de forma a manter-se financeiramente através dela, mas muitos ainda mantêm trabalhos secundários para complementar a renda. Observam-se perfis parecidos de trabalho nas editoras brasileiras e portuguesas, conforme descrito na análise das editoras no capítulo anterior. No entanto, no *corpus* analisado, mais editores portugueses que não se identificaram como empresários, nem o pretendem.

6. Conclusão

Esta pesquisa tomou cuidado para não encarar o conceito de *independente* como algo pré-definido, partindo de diferentes teorias presentes na bibliografia e abrindo espaço para as percepções de editores contemporâneos que, fogem – de alguma forma – à norma dos grandes grupos editoriais. Percebe-se que o termo *independente* é amplamente usado, sendo um termo guarda-chuva para englobar diferentes práticas que, à sua própria maneira, encontram-se fora da curva no espaço editorial. No entanto, não é consensual. É, antes, um ponto de partida para discutir práticas criativas e inovadoras, ou “dissidentes”, “interdependentes”, “cooperativadas”, “orgânicas”, “não financiadas por grandes grupos econômicos”, conforme termos utilizados pelos entrevistados desta pesquisa. Autointituladas *independentes*, ou não, ainda merecem ser analisadas de perto e demarcadas como projetos possíveis e necessários dentro do campo editorial.

Dentro deste guarda-chuva do *independente*, ou destas práticas fora da curva, percebemos o uso de termos associados ao tamanho: “nanicas”, “muito pequenas”, “pequenas”, “menores”, “médias”. Percebe-se, assim como refere Muniz (2016), que há diferentes disputas dentro deste espaço, além da ideia de grandes conglomerados *versus* editoras independentes. Os próprios agentes “fora da curva” percebem-se uns aos outros de forma diferente e buscam se posicionar neste espaço à sua maneira.

Estes editores acreditam na força de seu trabalho para influenciar o mercado editorial e para abrir espaço para novas vozes que fomentem a bibliodiversidade, a exemplo de obras que dão espaço a autoras ou personagens mulheres, negros, LGBTQ, imigrantes, pessoas com deficiência e outras identidades. Publicam literatura, principalmente livros até então difíceis de encontrar nas livrarias, seja por já estarem esgotados, por nunca terem sido publicados ou porque foram escritos por novos autores. São profissionais familiarizados com livros, literatura e arte, em oposição aos *publishers* das grandes corporações mencionados por Schiffrin (2001). Os entrevistados tornaram-se editores, muitas vezes, por acaso, conforme as circunstâncias em que estavam inseridos, mas principalmente pelo prazer do ofício e por terem experiência prévia com edição de textos.

No Brasil, por exemplo, os editores têm maior tendência em realizar parcerias e trabalharem em conjunto, o que pode explicar as iniciativas de associativismo no contexto brasileiro. Em Portugal, tendem a editar de forma mais individual – mas ainda realizam algumas parcerias e mencionam a importância de construir associações.

Quanto aos livros que publicam, tendem a dar atenção especial à qualidade editorial (revisão e edição dos textos) e à inovação do design. Os profissionais envolvidos nesta produção dividem-se entre funcionários ou voluntários fixos da editora e *freelancers*. A maioria dos editores escolhe os autores conforme seus gostos pessoais ou seguindo recomendações de terceiros, sendo incomum a prática de receber manuscritos “às cegas”. Esta conclusão pode ser útil para novos autores que buscam espaço nas editoras menores: aumentar as conexões ou as relações pessoais com profissionais do mercado editorial seria mais produtivo neste sentido.

Os editores que analisamos enfrentam dificuldades específicas advindas de sua estrutura de trabalho: não costumam ter departamentos específicos de marketing, de finanças, de comunicação e outros. Por um lado, isso pode significar maior flexibilidade e liberdade na tomada de decisões editoriais. Por outro, sobrecarrega o editor, que fica responsável por diversas etapas da cadeia de produção. No caso das editoras que se consideram empresas, queixam-se da necessidade de melhorar aspectos importantes para sua manutenção financeira (vendas e divulgação, por exemplo).

Por trabalharem, em sua maioria, com nichos editoriais, publicam um volume menor de livros ao ano (a depender da editora, entre 2 a 20 obras ao ano). As tiragens costumam ser maiores nas editoras brasileiras (a considerar o tamanho do país), em média 1.000 exemplares. Em Portugal, a média varia entre 300 e 500. A maioria dos editores realiza seus trabalhos em casa, sendo poucos os que têm um escritório próprio.

Então, concluímos que todas as editoras se distinguem no mercado editorial, mas seus editores assumem os papéis tradicionais da edição mencionados por Thompson (2012): 1) responsáveis pela construção do catálogo, 2) assumem riscos, mas não assumem dívidas, 3) trabalham diretamente com o conteúdo, 3) preocupam-se com a qualidade das obras, 5) gerenciam e coordenam as editoras e 6) trabalham, mesmo que minimamente, com marketing e vendas.

Em relação às limitações deste estudo, percebemos que as entrevistas trariam maior riqueza à análise dos dados caso fossem realizadas presencialmente, acompanhando, por exemplo, as rotinas dos editores em seus locais de trabalho. Além disso, poderia apresentar uma amostra maior de editores caso fosse realizada em um maior espaço de tempo.

Por último, este trabalho pode servir como um guia para profissionais que tenham interesse em abrir sua própria editora e queiram espelhar-se em modelos já utilizados. Da mesma forma, pesquisadores dos estudos editoriais podem aplicar a metodologia desta

pesquisa em futuras entrevistas para observar diferentes modelos de editoras em outros países. Ainda, conforme a pesquisa avançava, foi possível observar que as mudanças no cenário editorial durante a pandemia de 2020 podem ser questões pontuais, posto que não há dados suficientes para defini-las como mudanças permanentes, o que torna este fenômeno um possível objeto de investigações futuras.

7. Referências bibliográficas

- Aliança Internacional dos Editores Independentes. (2014). *Declaração internacional dos editores e editoras independentes 2014: para manter viva e fortalecer juntos a bibliodiversidade*. https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/declaracao_internacional_dos_editores_e_editoras_independentes_2014_brazil.pdf
- Bardin, Laurence. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Bordieu, Pierre. (2018). Uma revolução conservadora na edição. *Política & Sociedade: revista de sociologia política, volume 17, nº 39, maio-agosto*, pp.198-249. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2017v17n39p198>.
- Coutinho, S. M. (2018, Setembro 02-08). *O mercado da bibliodiversidade: uma breve análise da dinâmica de capitais das editoras Patuá e Lote 42*. [Apresentação de paper]. GP Produção Editorial do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Joinville, Brasil. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0790-1.pdf>
- Galland, É. (2011). Editorial. *Bibliodiversity: Publishing and Globalisation, Bibliodiversity Indicators, Issue 1, January 2011*, International Alliance of Independent Publishers. [Journal]. https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Bibliodiversity_Indicators.pdf

- Ginna, P. (2017). Where it all begins. In: *What editors do: the art, craft & business of book editing*. The University of Chicago Press. [E-book].
<https://www.bibliovault.org/BV.landing.epl?ISBN=9780226300030>
- Gomes, L. S. (2018, Setembro 02-08). *Lusofonias editoriais: aventurar-se em alto mar*. [Apresentação de paper]. GP Produção Editorial do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Joinville, Brasil.
https://www.academia.edu/42682619/Lusofonias_editoriais_aventurar_se_em_alto_mar
- _____. (2017, Setembro 04-09). *Da minha língua vê-se o mar: Os editores independentes e as imagens de si*. [Paper presentation]. GP Produção Editorial do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Curitiba, Brasil.
<https://docplayer.com.br/63418611-Da-minha-lingua-ve-se-o-mar-os-editores-independentes-e-as-imagens-de-si-1.html>.
- Guerra, Isabel Carvalho. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo – Sentidos e formas de uso*. [E-book]. Príncipia Editora.
- Hawthorne, S. (2014). *Bibliodiversity: A manifesto for independent publishing*. Spinifex Press.
- Manzini, E.J. (2004). Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: *Seminário Internacional Sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos: A pesquisa qualitativa em debate*. Anais. ISBN:85-98623-01-6. USC, Bauru, Brasil.

- Muniz, Jr., J.S. (2014, Setembro 02-05). *Intelectuais do livro: espaços de formação e autorreflexão do espaço editorial no Brasil e na Argentina*. [Apresentação de paper]. GP Produção Editorial do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 37º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Foz do Iguaçu, Brasil.
https://www.academia.edu/12126234/Intelectuais_do_livro_espacos_de_formacao_e_autorreflexao_do_espaco_editorial_no_Brasil_e_na_Argentina
- _____. (2016). *Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)*. [Dissertação de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital da USP (Universidade de São Paulo).
<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-28112016-103559/pt-br.php>
- _____. (2017, Setembro 04-09). “*É dia de feira*”: a cena dos microeditores na cidade de São Paulo. [Apresentação de paper]. GP Produção Editorial do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Curitiba, Brasil.
https://www.academia.edu/34721620/E_dia_de_feira_a_cena_dos_microeditores_na_cidade_de_Sao_Paulo
- _____. (2019a). Desempenhar um papel, causar uma impressão: vetores sociotécnicos no espaço ampliado da publicação independente. *Revista Sociedade e Estado*, Volume 34, Número 1, janeiro-abril, pp.107-128.
<https://www.scielo.br/pdf/se/v34n1/0102-6992-se-34-01-107.pdf>

- _____. (2019b, Setembro 02-07). *O editor como (mediador) intelectual e o espaço editorial como ilusão de óptica: apontamentos teórico-metodológicos*. [Apresentação de paper]. GP Produção Editorial do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Belém, Brasil.
https://www.academia.edu/41536993/O_editor_como_mediador_intelectual_e_o_espaco_editorial_como_ilusao_de_optica_apontamentos_teorico_metodologico
- Lerner, B. (2017). What love's got to do with it: the author-editor relationship. In: Ginna, P. *What editors do: the art, craft & business of book editing*. The University of Chicago Press. [E-book].
<https://www.bibliovault.org/BV.landing.epl?ISBN=9780226300030>
- Miller, N. S. (2017). The book's journey. In: Ginna, P. *What editors do: the art, craft & business of book editing*. The University of Chicago Press. [E-book].
<https://www.bibliovault.org/BV.landing.epl?ISBN=9780226300030>
- Nash, Richard. (2016). What is the business of literature?. In: Kurowski, T. et al. *Literary publishing in the twenty-first century*. Milkweed Editions [E-book].
<https://lcn.loc.gov/2015033778>
- Oliveira, D. A. & Gruszynski, A. (2015). Os editores gaúchos e o mercado do livro: impressões e ações acerca de um campo em transformação. *Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)*, Volume 4, nº2, julho - dezembro, ISSN 2238-5126, pp.109-119. <https://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/4170>

- Pietsch, M. (2017) The flip side of the pizza: the editor as manager. In: *What editors do: the art, craft & business of book editing*. The University of Chicago Press. [E-book]. <https://www.bibliovault.org/BV.landing.epl?ISBN=9780226300030>
- Salgado, L. S.; Muniz Jr., J.S. (2011). Da Interlocução editorial: a presença do outro na atividade dos profissionais do texto. *Bakhtiniana, Volume 1, nº 5, São Paulo, 1º semestre*, pp. 87-102. https://www.researchgate.net/publication/231590207_Da_interlocucao_editorial_a_presenca_do_outro_na_atividade_dos_profissionais_do_texto
- Schiffrin, A. (2001). *The business of books*. Verso.
- Shotts, J. (2017). The half-open door: independent publishing and community. In: Ginna, P. *What editors do: the art, craft & business of book editing*. The University of Chicago Press. [E-book]. <https://www.bibliovault.org/BV.landing.epl?ISBN=9780226300030>
- Thompson, J. B. (2012). *Merchants of culture: the publishing business in the twenty-first century*. 2nd ed. [E-book]. Polity Press.
- Tordo, J. (2020). *Manual de sobrevivência de um escritor ou o pouco que sei sobre aquilo que faço*. 2ª ed. Companhia das Letras.

8. Netgrafia

- Agência Brasil (2020): <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-09/brasil-perde-46-milhoes-de-leitores-em-quatro-anos>
- CM Jornal - Cultura (2020): <https://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/mercado-dos-livros-continua-a-crescer>
- Coesão Independente: <http://www.coesaoindependente.com.br/>
- Companhia das Ilhas: <https://companhiadasilhas.pt/>

Dois Dias Edições: <https://doisdias.wordpress.com/>

Editora Dublinense: <https://dublinense.com.br/>

Editora Elefante: <https://www.editoraelefante.com.br/>

Editora Malê: <https://www.editoramale.com.br/>

E-Primatur: <https://e-primatur.com/>

Expresso (2017): <https://expresso.pt/multimedia/259/2017-10-26-Como-le-este-pais>

Expresso (2019): <https://expresso.pt/cultura/2019-06-02-Os-numeros-que--ainda--salvam-os-livros>

G1 (2020): <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/01/13/mercado-de-livros-termina-2019-com-queda-em-receita-e-volume.ghtml>

Gato Bravo: <https://www.editoragatobravo.pt/>

International Alliance of Independent Publishers: <https://www.alliance-editeurs.org/>

Libretos: <https://www.libretos.com.br/>

Liga Brasileira de Editoras (LIBRE): <https://libre.org.br/quem-somos/>

Língua Morta: <http://edlinguamorta.blogspot.com/>

Monomito Editorial: <https://monomitoeditorial.com/>

Rede de Livrarias Independentes (RELI): <https://www.reli.pt/>

Revista Cult (2018): <https://revistacult.uol.com.br/home/quem-e-e-sobre-o-que-escreve-o-autor-brasileiro/>

9. Referências: entrevistas da pesquisa

Adour, Tomaz. *LIBRE (Liga Brasileira de Editores)*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 07/07/2020.

Amaro, V. *Editora Malê*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 19/09/2020.

Barcellos, C. *Libretos*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 18/09/2020.

Breda, T. *Editora Elefante*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 28/09/2020.

Cajaty, Paula. *Gato Bravo*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 30/05/2020.

Faron, G. *Dublinense*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 29/06/2020.

Gonçalves, S. *Dois Dias*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 10/11/2020.

Moraes, T. *Monomito Editorial*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 18/07/2020.

Machado, C. A. *Companhia das Ilhas*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 02/11/2020.

Vaz Pinto, D. *Língua Morta*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 20/09/2020.

Xavier, H. *E-Primatur*. Entrevista concedida à pesquisadora no dia 28/05/2020.

10. Guião das entrevistas

- 1) Breve histórico/panorama da editora/empresa:
 - a) Quando surgiu, quem a criou?
 - b) Onde as atividades são realizadas (escritório próprio, em casa, em uma livraria, em outra empresa, em espaços de coworking, etc.), quais tipos de livro/nicho publicam?
 - c) Qual considera ser sua linha editorial?
 - d) Durante sua trajetória, teve alterações significativas em relação ao tipo de livros/nichos publicados?
 - e) Quantos funcionários trabalham direta e indiretamente para a editora (freelancers)?
 - f) Qual a formação académica/profissionais de quem trabalha para a editora?
- 2) Considera esta a sua profissão ou um hobby?
- 3) Considera a editora uma empresa? Por quê?
- 4) Por que abrir uma editora?
- 5) Consideram-se uma editora independente? Por quê?
- 6) Utilizam este termo em seus canais de divulgação?
- 7) Quais são os principais canais de divulgação?
- 8) Quais são os principais canais de venda?
- 9) Em suas palavras, o que define uma editora independente?

- 10) Considera o termo independente relacionado aos termos “indie”, “underground”, “pequena”/”small”?
 - Se sim, qual (is) são ou seriam a(s) diferença (s) entre uma editora independente/indie/underground em relação a outros tipos de editoras?
 - Se não, qual a diferença entre uma editora independente e uma editora indie/underground/pequena? E o que diferencia uma editora independente de outras
- 11) Está familiarizado com o conceito de bibliodiversidade? O que entende pelo conceito de bibliodiversidade?
- 12) Como vende seus produtos?
- 13) Como é pensado o marketing na editora?
- 14) Quais os principais concorrentes da editora?
- 15) Como enxerga o posicionamento da editora no mercado de seu país?
- 16) Realiza parcerias com outras editoras de porte semelhante?
- 17) Costuma participar de feiras do livro tradicionais?
- 18) Costuma participar de feiras do livro fora dos circuitos tradicionais?
- 19) Tem como objetivo tornar-se uma editora vinculada a grandes corporações?
- 20) Qual considera o principal diferencial da editora no mercado editorial de seu país?