

ANEXO 1

Gustavo Faraon – Dublinense

Data: 29/06/2020

Duração total: 1h 10min

Via: WhatsApp

Gravação em formato de áudio

A editora começou como a Não Editora? É o mesmo criador?

Não exatamente.

Quando surgiu e como?

Em 2007, surgiu a Não-Editora, era um grupo de cinco amigos que estavam fazendo isso como um trabalho paralelo, porque gostavam, etc. E a Não Editora sempre teve uma linha editorial super restrita: só publica literatura brasileira, ficção e alguma coisa que tenha um descomportamento, uma coisa bem maluca assim, que mantenha essa coisa de provocação. Eu não fazia parte dos fundadores da Não Editora. Em 2009, o Rodrigo, que é um dos fundadores da Não Editora me procurou para a gente fundar a Dublinense. De onde veio essa ideia? Exatamente porque a “Não” era muito restrita. Então ele não iria poder publicar outras coisas além dessa linha editorial super específica, poder experimentar por outros gêneros. E assim a gente começou a Dublinense. Ela e a Não Editora eram empresas completamente separadas, tanto que funcionavam separadas. O que aconteceu, porém, é que como a Não Editora era um projeto paralelo de várias pessoas e as pessoas vão ficando mais velhas tendo mais responsabilidades mais problemas mais tudo, esse projeto paralelo começou a ficar um pouco para trás porque as pessoas não conseguiam dedicar o tempo que uma editora precisa para sobreviver. Então, eu e o Rodrigo decidimos comprar a Não Editora e transformar ela num selo editorial da Dublinense, para não deixar a editora morrer, essa ideia morrer, essa marca morrer e toda essa provocação morrer. Então todos os fundadores são meus amigos pessoais de muito tempo então fazia sentido a gente misturar isso e foi o que a gente fez. Então a Não Editora virou um selo editorial da Dublinense e hoje a Não Editora é um selo através do qual a gente publica toda literatura brasileira de ficção. Esse é o caminho percorrido, digamos assim.

Vocês têm um escritório próprio? Como a editora funciona em questões mais práticas?

Sim, a gente tem um escritório, fica em Porto Alegre, mas claro hoje em dia claro, até antes da pandemia a gente tinha um escritório em Porto Alegre e um em São Paulo que é onde eu vivo, mas a gente é espalhado, parte da equipe em Porto Alegre, eu em SP e tem uma pessoa que mora em Torres.

Quantas pessoas no total trabalham para a editora?

Hoje trabalhando *full-time* e exclusivamente para a editora são cinco pessoas, e depois contamos com um monte de *freelancers* que trabalham por projetos, tradutores, revisores, etc.

Qual a formação dessas pessoas que trabalham em *full-time*? Quais as áreas de atuação?

Temos os dois fundadores da editora. Eu sou jornalista, tenho mestrado em Comunicação, o Rodrigo é publicitário e tem mestrado e doutorado em Escrita Criativa, depois a gente tem o Eduardo Rech que é comercial, ele é publicitário de formação, depois a gente tem o Eduardo Kraus que trabalha com comunicação, ele é publicitário, e nossa designer que é formada em Design mesmo.

Então a maioria das pessoas é da comunicação.

Sim, a *alma mater* é comunicação.

Como definiriam os tipos de livros publicados pela Dublinense? Há um nicho específico?

Na Dublinense, a gente experimentou muito com os gêneros, então nossos livros, até no nosso catálogo algumas coisas mais antigas, tem coisas muito diferentes do que publicamos hoje, andamos circulando por terrenos diferentes, experimentamos, então hoje estamos bem mais restritos. Sobretudo publicamos literatura de ficção, mas as literaturas de ficção e não-ficção são nosso carros chefe, digamos assim, e a gente gosta de publicar livros através dos quais a gente possa discutir temas contemporâneos que nos são caros. Então, por exemplo, a gente gosta de discutir racismo através de um romance. A gente pode discutir gênero através de uma novela ou discutir sexualidade através de um livro de contos. Então, são vários livros que achamos importantes, temas que nos são

caros, que nos incomodam, que nos provocam e tal, e a gente gosta de abordar estes temas a partir da literatura. Eventualmente, a gente também publica livros de não-ficção, alguns ensaios e tal, também dentro dessa mesma lógica, né, temas que nos são caros. E eu diria que tem uma outra vertente que publicamos, de repente alguma coisa bem pontual, que é uma pequena coleção de psicanálise. E é isso que a gente faz.

Vi que no site não recebem manuscritos sem solicitação, por exemplo. Então como fazem para ir atrás de autores e definir quais obras serão publicadas?

Então, colocamos esse alerta de que não recebemos porque a gente recebeu uma quantidade enorme, impossível de identificar, isso só gerava frustração de parte à parte. Gera frustração na editora, porque não consegue olhar o que recebe e sobretudo gera frustração nos autores que esperam uma resposta que eventualmente a gente nunca conseguiria dar. Então, a gente fechou. O que não significa que a gente não vá atrás das coisas, há muita coisa que a gente não aceita mais, esse argumento passivo. Então o que a gente faz é, obviamente há 10 ou 11 anos no mercado é claro que a gente conhece um monte de gente, entende, tem uma teia de relações enorme. Então quando a gente busca algumas coisas a gente confia em por exemplo se são livros do exterior, se são outros editores desses outros países, agentes literários, nosso próprios autores que continuamos publicando, autores que recomendam autores, as pessoas continuam chegando a nós, mas o caminho é mais difícil para chegar na gente. O caminho ser mais difícil não significa uma coisa ruim. É importante de se colocar um e outro obstáculo para ver as pessoas que conseguem chegar nesse caminho mais pedregoso são as pessoas que estão mais dispostas a trabalhar pela própria carreira de escritor e tudo mais. Esse nosso aviso é pela impossibilidade.

Se é que tem como definir, como definir a linha editorial? Inclusive em uma perspectiva de marketing, como definir a Dublinense?

A linha é a que falei. Sobretudo narrativas, livros sobre assuntos quentes, que nos incomodam, questões relevantes contemporâneas, sobretudo para serem discutidas através da literatura.

Por que abrir uma editora?

Pois é. Por que abrir uma editora? Na verdade normalmente quem abre uma editora pelo menos no Brasil é engraçado né, muitas são pessoas que trabalhavam em uma editora

antes, que abriram sua própria editora ou então tinham alguma coisa de família, editora de família que vai passando de geração para geração. Não é o que aconteceu na Dublinense, a Dublinense é formada por um jornalista e um publicitário e na verdade eu tinha começado a me envolver com literatura na universidade,, na época eu trabalhava com pesquisa dentro do Departamento de Letras da Universidade Federal [do Rio Grande do Sul, depois fiz a oficina de escrita criativa do Assis Brasil [Luiz Antonio de Assis Brasil, escritor] na PUCRS [Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul], uns 20 anos atrás mais ou menos. Lá, conheci um monte de gente, inclusive que vieram a trabalhar com a gente na editora, veio fazer parte seja como *freelancer* ou trabalhando como editor mesmo. Desse grupo, dessas vivências, surgiu meu interesse por literatura. O Rodrigo acabou também conhecendo esse mesmo grupo e foi isso. Foi um pouco essas micro vivências que nos levaram a gostar da coisa e querer experimentar. Especificamente no tempo que o Rodrigo me procurou para montarmos a editora eu trabalhava como jornalista e, claro, quando a gente começou eu trabalhei como jornalista por muito tempo para pagar as contas, então nós dois tivemos dois ou três empregos por muito tempo até que a editora pudesse andar sozinha e 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.

Considera a Dublinense uma editora independente? Se sim, por quê?

Sim, porque...e aí você vai ver quando você falar quando falar com uma pessoa da Aliança [Internacional dos Editores Independentes], que tem alguns parâmetros que colocam e acho que são bastante acertados. Primeiro: o projeto da Dublinense é um projeto literário, o projeto editorial está acima do projeto econômico. Então começa por aí. O que nos fez abrir a editora era uma preocupação, uma vontade editorial antes de ser econômica. Segunda coisa, nós editores, eu e Rodrigo, nós é que corremos o risco. Então não tem um financiador por trás, não tem um mecenas, um milionário por trás, que a gente tá brincando, não tem um banco que coloca nenhum dinheiro, também não tem um grande grupo editorial de comunicação que é sócio da editora, então assim o risco, quem corre, somos nós. Então é um projeto editorial antes de ser financeiro e esse risco está nos próprios editores, quem corre esse risco. Depois, que mais que vou te dizer, essas são as questões que me parecem as mais fundamentais. Mas é claro, depois tem toda a maneira

como a gente trabalha, quando a gente escolhe um livro pelas questões editoriais e literárias e não apenas por questões econômicas. A gente tem uma preocupação a nível de publicidade, como a gente trabalha em uma editora de nicho é a parte fundamental disso, então essas são as razões pelas quais nos vemos como uma editora independente.

E esse conceito, então, que aplicou à Dublinense, seria sua definição de uma editora independente no geral?

Acho que sim. Acho que eu colocaria as duas coisas fundamentais é a questão econômica, não fazer parte de um conglomerado, você estar correndo o risco você mesmo, e a outra um projeto editorial acima de um projeto econômico. A gente não está caçando livros que serão séries do Netflix, não caçamos a própria série erótica. Não há nenhum julgamento de valor com editoras que fazem isso, porque é importante que tenham essas editoras, é saudável pro mercado do livro, que haja esse tipo de editora, mas acho que essa conceituação teórica da aliança internacional faz bastante sentido.

É interessante porque até agora não tinha conversado com uma editora independente que também conecta esse conceito a um parâmetro de alguma associação. E como o trabalho está relacionado a Portugal, não tem tanto essa criação de associação como o Brasil.

Pois é, Portugal é uma população muito pequena, um mercado muito menor, então tem editoras que nasceram super independentes e que já têm um papel enorme, algumas que começam super independentes e fazendo coisas super malucas e hoje publicam os maiores *best-sellers* do mundo nessas editoras, tipo A Saída de Emergência, que publica Nora Roberts, “A Sutil Arte de Ligar o Foda-se” [livro], mas começaram publicando literaturas de gênero, super de nicho, ficção científica, e tal, é uma transformação que acontece acho pelas características de Portugal, o mercado ter menos editoras, algumas questões da configuração do mercado.

Existe a vontade, ou a possibilidade, de se adaptar ao mercado, ou esse não é um interesse a longo prazo? De crescer ao ponto de publicar *best-sellers* ou fazer parte de algum conglomerado?

Olha, a questão me parece que, ao ser independente ou não, não é crescer. Pode ser que uma editora que seja independente seja grande. É possível que a editora cresça bastante e

continue independente, desde que ela siga esses parâmetros. De novo, não é uma questão de julgamento de valor, pode ser que cresça e depois julgue que não a interesse mais esses parâmetros, [que digamos] “queremos investidores para ficar mais fortes”, e tá tudo certo. Absolutamente tranquilo, a única coisa é que acho que depois não é justo, correto, digamos assim, uma editora ter essa outra postura e se autointitular independente, né, aí não, mas é isso. Sobre a Dublinense, crescer, 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. Esse é nosso momento, é o que gostamos de fazer, é o que faz sentido publicarmos agora, daqui cinco ou dez anos não sei, talvez as coisas mudem muito, mas acho difícil. A gente passou por um processo grande de depuração editorial, testamos muitos gêneros e coisas que iremos publicar, sei lá livros de negócios, ensaio literário, nossa, testamos mesmo. E acabamos voltando com tudo para a literatura que é nosso DNA então acho difícil que a gente publique outras coisas, pode até publicar uma ou outra coisa diferente, mas é difícil que nosso cerne, principal carro-chefe, deixe de ser literatura.

Acho interessante o contraponto de independente ser diferente de pequena ou grande. Não é necessariamente o sinônimo. No inglês usam muito o termo *indie*, ou *small publishers*, para editora independente, mas não necessariamente são a mesma coisa.

Pois é, no meu entendimento, uma coisa não tem nada a ver com a outra. Tem editoras que são pequenas e são editoras marcadamente comerciais, talvez seja interessante buscar algumas delas para fazer o contraponto, porque existem essas editoras que são comerciais, agressivas, com foco na venda, buscam *best-seller*, e está tudo certo, não há nenhum problema.

Em relação a usar o termo independente, só tive a chance de conferir o site. Mas utilizam esse termo nos canais de divulgação ou como estratégia de marca?

Olha, a gente usa esse termo, nos definimos como independente, como *indie*, como sei lá o que, agora como estratégia de marca eu acho, não sei se é correto afirmar até porque nossa estratégia de marca é meio caótica, é meio assim navegando pela maré, a gente vai fazendo o que a gente acha...é meio...como vou te dizer, sei lá, nossa comunicação e nossas decisões são super orgânicas, então não tem uma reunião de planejamento no início de ano, só para contar por exemplo como as coisas são. Ano passado, nos reunimos

com a nossa designer e a nossa marca, a marca da editora, a logo, tudo mais, estava meio velha, com cara de velha. E como a gente faz para mudar? Foi meio assim: “então tá, vamos ver o que a gente vai fazer, vamos deixar mais colorido, usar mais cor”, não teve uma conversa sobre estratégia ou as tendências do mundo, é uma coisa conforme a necessidade.

A demanda vai surgindo conforme o que acham importante?

Eu acho que a editora vai evoluindo, a editora vai caminhando, ela é uma entidade que tem sua vida, e vai evoluindo, então por exemplo cada pessoa que trazemos para a editora dá sua contribuição e vai fazendo com que a editora vire outra coisa, vai evoluindo, trazendo outras coisas, por exemplo a designer fez uma mudança radical no conceito de capa que fazemos, pode ver que de uns tempos para cá, nossas capas são mais coloridas, tem muita ilustração, alto contraste, são muito mais na porrada visual, assim, então essas capas acabaram por...bom, os livros são a cara da editora, se a cara dos livros começou a ser diferente, a cara da editora começou a ser diferente. E isso fez com que mudasse a logo, a marca da editora, nossa banca na Feira do Livro de Porto Alegre ficou super colorida, a maneira de nos apresentarmos ficou colorida, fizemos aventais de feira que era coloridos, e foi isso. Hoje, até nas redes sociais mudamos sempre as cores porque sim, porque a gente quer. Então, é muito orgânica essa maneira com que a editora evolui.

Acho que acabou respondendo a pergunta de como é feito o marketing da editora. Então não verdade não existe uma reunião específica para pensar o marketing, ele vai surgindo conforme a necessidade?

A gente tem hoje o Eduardo Kraus que trabalha com a comunicação da editora e temos algumas diretrizes. Por exemplo, estamos desenvolvendo um novo site que vai ser um site junto com a loja e desenvolvemos tudo, óbvio que de forma pensada, não foi “ah vamos fazer um site porque hoje é quinta-feira”, não, nós temos diretrizes, por exemplo o que a gente precisa fazer para chamar mais atenção para o livro, como a gente vai publicar esse livro. Por exemplo, a gente acabou de lançar a pré-venda de um livro que vai ser publicado de uma maneira bem diferente, em questão de produção, óbvio que a gente discute muito, a gente planeja, o marketing sim é planejado, pensado, tomamos ações para aumentar as vendas no site para depois chamar atenção para um título para aproveitar o momento, sim, a gente faz essas coisas.

Pode explicar mais sobre este livro que terá uma publicação diferente?

O “Vitória”, que é um livro do Joseph Conrad, que estamos publicando, nesse livro vamos experimentar um modelo que é o *print on demand*, que significa você só imprimir aquilo que você vende. Como funcionava o mercado tradicionalmente? É assim: você imprime 2.000, 5.000 livros, 10.000 exemplares, guarda tudo no seu estoque e vai mandando para as livrarias, normalmente por consignação. E, assim que você vai vendendo, a livraria vende e aí paga conforme as vendas. Esse livro será diferente, vamos só imprimir aquilo que já está vendido, então não haverá consignação do livro. Então, a gente lançou a pré-venda no site, digamos que a pré-venda venda 50, então iremos imprimir 50. Digamos que as livrarias encomendaram mais 200 livros, a gente vai imprimir 200 livros.

E trabalham com a mesma gráfica de antes para o *print on demand*?

Não, a gente trabalha com outros parceiros. Estamos testando. Essa pandemia nos obriga a testar modelos que a gente eventualmente iria demorar um pouco mais de tempo para ver como funciona, mas isso acelera um pouco as transformações e nosso apetite por correr riscos, a gente precisa descobrir se funciona ou não, a gente precisa ver como é que é.

Quais os principais canais de venda? A distribuição é tradicional? Qual a maior fatia, que representa essa venda/distribuição? É o mercado tradicional, ou o site ou financiamento coletivo?

Isso mudou muito e rapidamente. A editora, quando nasceu, nosso objetivo sempre foi participar de verdade desse mercado. Então, por exemplo, muitas editoras independentes não querem vender por livrarias, querem fazer outra coisa, a Dublinense sempre foi “nós queremos estar presentes nas maiores livrarias e no maior número de livrarias, somos pessoas que sempre gostamos das livrarias, todos fomos criados visitando livrarias e para a gente isso sempre foi uma coisa muito importante”. A livraria sempre foi o nosso principal canal de vendas. De uns tempos para cá, entretanto, algumas transformações sérias ocorreram. A principal delas foi a recuperação judicial e a falência de importantes distribuidores e livrarias, você sabe quais são, parceiros comerciais que eram muito importantes para a editora, muito importantes. Então, nesse cenário de ir nos pontos de venda pela editora, começamos há uns três, quatro anos mais fortemente em apostar muito em feiras no Brasil inteiro, então fazíamos feiras em São Paulo, Rio, Belo Horizonte,

Porto Alegre, Nordeste, em todos os lugares. Então, foi um movimento muito legal porque ao mesmo tempo em que essas feiras permitiam que a gente vendesse uma quantidade boa dos nossos livros, também permitiu que a gente tivesse um contato corpo a corpo com os nossos leitores e fosse criando esse leitorado. Foi uma experiência incrível e, claro, teve que ser interrompida por causa dessa pandemia. Mas era um movimento em que a gente apostava muitos dígitos e a gente investia cada vez mais nesse contato direto com as pessoas. Viajávamos o Brasil inteiro, mandamos gente da editora. Por exemplo, isso era uma prioridade de marketing nossa, então mandamos gente de Porto Alegre que conhecia todo nosso catálogo para poder falar com as pessoas e poder apresentar nas feiras. Eu e o Rodrigo, sócios, a gente participa sempre das feiras, estamos na linha de frente porque a gente acredita nessa troca, nesse diálogo, nessa conquista de um por um. Então isso começou a ter muita relevância. Mas bom nesse ano não teve nenhuma feira desse tipo, então essas feiras que tinham uma importância enorme no nosso faturamento, esse ano vai ser zero. Foi crescendo em importância e esse ano vai ser zero. Esse ano o que aconteceu foi que teve uma explosão de tudo que é online, claro. O site está vendendo cinco vezes mais do que vendia normalmente, quintuplicou as vendas, outros parceiros comerciais que vendem online aumentou muito também, tipo a Amazon, aumentou enormemente a fatia representativa da Amazon. E, claro, as livrarias estão caindo, vendendo menos do que vendiam antes porque estão fechadas e estão tendo que se reinventar. Então, houve todo um reajuste esse ano. Então é difícil responder a tua pergunta sem levar em conta essa transformação que já vinha ocorrendo com as redes de livrarias, nossa participação maior em feiras e depois essa pandemia que nos fez sair das feiras e aposta online. Então é uma maluquice essas coisas, não tem qualquer consistência, as coisas mudaram muito rápido. As coisas já estavam mudando muito, mas a pandemia fez mudar inclusive para outro caminho, estava mudando para uma direção e a pandemia levou para outra direção. Fora isso, também vendemos em outros canais, vendemos para clubes do livro, clubes de leitura, enfim, é uma infinidade de canais, temos que olhar para todos os lados, menos óbvios inclusive, e vamos achando nosso espaço. Acho que uma característica inclusive das editoras independentes é essa constante busca por novos canais, novas maneiras de encontrar os seus leitores.

Já fizeram parcerias com editoras semelhantes? Além das associações, mais formais, já fizeram parcerias em, por exemplo, feiras, sites, clubes do livro? Há alguma iniciativa com outras editoras independentes?

Muito, muito. Fazemos várias iniciativas e inclusive toda hora. Iniciativas comerciais, em feiras e eventos, editoriais, toda hora estamos fazendo. Tem mil exemplos, um exemplo de uma iniciativa editorial por exemplo, a gente tem um projeto que se chama “Retratos da Quarentena”, a gente tá fazendo uma chamada pública de textos, que é uma parceria da Dublinense com a [Editora] Elefante, é uma editora que virou uma editora amiga que o *publisher* deles virou um grande amigo. É interessante porque a Dublinense publica basicamente ficção, quer dizer, narrativas, e a Elefante só publica não-ficção. Então, a gente se junta para fazer essa chamada de textos. Por exemplo, na Flip em Paraty [Festa Literária Internacional de Paraty], a Dublinense participava de uma casa coletiva que se chamava “Casa Para Todos”, que começou com a Editora Nós, da Simone [Paulino]. Então, fizemos essa parceria e, a partir dessa primeira experiência da Dublinense com a Nós na “Casa Para Todos”, fizemos várias coisas juntos depois, até o ponto em que nós dividimos o mesmo espaço aqui em São Paulo, nosso escritório era no mesmo lugar, tinha uma livraria conjunta da Dublinense com a Nós, por exemplo. Então isso acontece. Iniciativas comerciais, claro, estamos sempre conversando com editores amigos, próximos, trocamos muita ideia, sempre tem mil grupos de WhatsApp de editores amigos trocando informações toda hora, já chegamos a ter um representante comercial em comum com outras editoras independentes, então há muita troca. Isso é uma característica dos independentes, muito diálogo, muita troca, muita ajuda, muita mesmo. Cada editor, claro isso vai muito de você identificar as pessoas com quem você se identifica, que “bate o santo”, quando identifica é bem rico em trocas e conselhos, pede ajuda, ver como faz, trocar experiências, contar o que não deu certo, de repente fazer coisas em conjunto, às vezes até coedições.

Falando nessa questão de achar editoras com interesses em comum, então há concorrentes diretos da editora? Enxergam-se como concorrentes ou mais como aliados?

Olha, eu falo por mim, pela minha visão, mas acho que a visão da maioria dos editores independentes é que não se veem em sua maioria como concorrentes. Por quê? Nós os independentes somos pequenos pro tamanho do mercado, então é um pouco bobo pensar isso, e 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, falo por mim, pela Dublinense, acho

que tem muita gente super generosa nesse mercado, sobretudo nesses tempos de pandemia, tem tido muitas conversas, tenho conversado com muitos editores, muitos me ligam para trocar uma ideia, conversar, saber como estou fazendo as coisas, minha opinião, e também ligo para fazer projeto desse livro do “Vitória” [de Joseph Conrad] liguei para editores que trabalham assim, com modelo diferente e perguntei como se faz isso, aquilo, e a enorme maioria dos editores...claro, aqueles que tenho maior afinidade, eles compartilham as informações, sabe. Não tem muito de “ah, vou guardar meu super segredo aqui, não vou contar o que eu faço”. Talvez...talvez não, com certeza, deve ter editores que fazem dessa maneira, que não gostam muito de falar e compartilhar. Também, óbvio, você não fala tudo para todo mundo, você tem as relações mais de confiança, afetivas, é normal, mas diria que de maneira geral os editores independentes têm muito mais relação de coleguismo do que de competição.

Qual considera o principal diferencial da editora no mercado brasileiro? Mesmo em relação a editoras independentes parceiras, no geral?

Tá, o que que o mercado do livro tem de singular? A principal coisa é que os produtos são exclusivos, em sua maioria, então assim, fora livros como Machado de Assis, os clássicos de domínio público e tal, a gente está falando de produtos que são exclusivos. O livro “Amora” nosso [de Natália Borges Polessa], ou o “As Alegrias da Maternidade” [Buchi Emecheta], são livros importantes, só eu vendo esse livro no Brasil, tenho contrato de exclusividade. Então, nenhuma outra editora tem esse livro, então isso já faz desse nosso mercado um mercado bastante diferente de muitos outros mercados, certo? Quem tem o seu produto, tem o produto, ninguém mais tem ele. Dito isso, o que eu acho que todas as editoras buscam, elas buscam ter um tipo de literatura, de livro, de abordagem que seja reconhecível pelos seus leitores. E o que a Dublinense tenta fazer é cativar seus leitores. É legal ver, por exemplo, quando a gente lança livro, tem gente que vai no site e, qualquer coisa que a gente lança, tá sempre comprando, sempre comprando. Porque, de certa maneira, reconhece esse diferencial que a gente tem que é, justamente, a gente pegar esses assuntos que a gente acha que são quentes e buscar como conversar sobre eles a partir da literatura. É isso que a gente tenta fazer e eu acho que é isso que as pessoas começam a reconhecer. Então a gente vai buscar coisas que são diferentes, abordagens novas, ou resgatar coisas antigas que podem ter uma nova leitura hoje e, claro, trabalhar...tem toda aquela discussão...excelência gráfica, excelência editorial, claro que sim, isso é evidente. Toda editora busca isso e a Dublinense não é diferente. Mas acho

que o que a gente busca é ser reconhecido por isso, queremos trazer coisas que vão sempre surpreender as pessoas e tratar de temas contemporâneos de maneira criativa. Por exemplo, publicamos esse livro bem pequenininho, chamado “Vamos Comprar Um Poeta”, do português Afonso Cruz, é um livro que fala sobre a importância da arte em um mundo em que tudo precisa ser mensurável. Então, é um livro que já tinha uns três, quatro anos...talvez até mais de cinco anos, e ganha esse assunto nesse momento que a gente vive agora no Brasil especificamente...ele tem uma leitura completamente nova. Então, a gente trouxe um livro inédito no Brasil, mas um livro que foi publicado há 25 anos nos Estados Unidos, um clássico contemporâneo dos Estados Unidos que se chama “A Casa da Rua Mango” [de Sandra Cisneros], ela é uma autora americana de origem mexicana e ela vai falar sobre esse estrangeiro buscando seu lugar no mundo. A casa, a busca por uma vida, a busca por um lugar, e esse assunto...bom, foi publicado há 25 anos, mas esse assunto tá mais quente do que nunca hoje, entendeu? Então, como que a gente conversa sobre coisas interessantes, sobre coisas quentes? Através da literatura de vários lugares do mundo, do Brasil, do Irã, dos Estados Unidos, do México, e a gente vai trazer essas coisas pro leitor brasileiro. Eu acho que a gente tem conseguido comunicar pros nossos leitores que é isso que a gente faz, porque eles são...sempre que a gente publica uma coisa é isso que o pessoal tá ansioso, pra saber qual é o assunto que a gente vai trazer pra conversar e de onde vêm aqueles livros.

Eu vi que vocês têm mais de 80 autores em catálogo.

É, hoje temos cerca de 150 livros ativos. É bastante coisa, tem desde literatura brasileira, muita, muita, mas a gente tem também autores americanos, mexicanos, iranianos, franceses, italianos, portugueses, a gente tem uma coleção de literatura portuguesa, angolano, moçambicano, alemão.

Uma dúvida, na tiragem normal é de 1.000 exemplares?

Depende, tem livro que sai com 1.000, tem livro que sai com 800, já saiu com menos de 1.000 e teve livro que já saiu com 12.000, depende enormemente do que a gente vê de potencial, das características do livro, varia muito.

Por ano, em média, quantos livros publicam?

A gente tava publicando uma média de 15 a 18 livros por ano. Esse ano a gente vai diminuir bastante, não deve passar de 10 livros. E, mesmo assim, 10 livros pra esse ano é uma insanidade.

É praticamente um livro por mês.

É, mais ou menos, mas assim como a gente já experimentou com gêneros, já experimentamos [com tiragem], teve ano em que publicamos 25 livros, teve ano de publicar seis livros, porque não é uma matemática precisa. Cada livro novo que você publica é o lançamento de um produto novo no mercado que você não sabe como vai se comportar, então, imagina: há empresas que têm meia dúzia de produtos ao longo de toda sua vida, em 50, 100 anos, fazem seis, 10 produtos. 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].

ANEXO 2

Toni Moraes - Monomito Editorial

Data: 18/07/2020

Duração total: 1h 10min

Via: Whatsapp

Gravação em formato de áudio

Trajetória como editor / formação / história da Monomito Editorial:

Eu sou o Toni Moraes, tenho 34 anos e trabalho desde 2015 no mercado editorial. Na verdade a minha formação acadêmica é como Arquiteto e Urbanista, mas em 2015 eu migrei do mercado imobiliário para o mercado editorial a convite de um amigo que também tinha uma editora independente. Comecei trabalhando na parte editorial e fazendo um pouquinho de tudo, o que foi ótimo, na verdade, porque me deu a oportunidade de aprender como funciona toda a cadeia da publicação de um livro desde fazer a triagem do material, do texto que vai ser publicado até o processo de edição em si, a edição do texto, a preparação do texto diagramação, revisão, enfim, tudo, até o processo final que é a distribuição. Foi assim que eu entrei no mercado em 2015. Nesta editora conheci minha sócia, que já era coordenadora editorial na editora. Em 2017, o editor resolveu que ia mudar o tipo de negócio da editora, então não iria contar mais com nenhum funcionário, então eu e minha sócia decidimos sair da editora e a gente pensou "tá e agora? o que a gente vai fazer? saímos daqui, sabemos como fazer o processo" e a gente resolveu arriscar, abrir uma editora independente, abrir uma editora do zero que foi a Monomito Editorial. Então, a Monomito Editorial a gente conta como data do surgimento o ano de 2017 mês de setembro, que foi quando a gente publicou o primeiro livro. De lá para cá temos 20 títulos publicados mais ou menos, entre coisas que estão no mercado e coisas que a gente fez como trabalhos especiais para empresas e tal. A gente começou fazendo publicação paga de autores. Assim, a gente começou com zero reais, de verdade, a gente não tinha dinheiro nenhum para investir na editora, a gente tinha só a confiança que alguns autores tinham na gente porque conheciam nosso trabalho a partir da editora em que trabalhávamos antes. Então, com o primeiro livro que a gente conseguiu captar para fazer publicação com o autor pagando a publicação do livro, a gente conseguiu ir financiando um outro livro, com esse dinheiro a gente financiou outro, então, assim, aos pouquinhos, sempre baseado na venda do livro anterior, a gente foi conseguindo financiar as nossas publicações, então um pouco do que eu entendo sobre o que é ser uma

editora independente vem desse sentido de não ter um investimento, não ter investimento de ninguém, o que também nos livra de ter amarras, então a gente publica o que a gente bem entender, como a gente bem entender, e quando a gente bem entender.

Então começaram com os autores financiando os livros, mas hoje seguem nesse modelo? Ou já conseguem ter um certo equilíbrio e investir por conta nos livros?

A gente começou fazendo publicações pagas pelos autores, não exclusivamente, usávamos as publicações pagas para financiar os projetos que a gente queria lançar. Mas, mesmo essas publicações pagas, elas não eram tipo o autor vai pagar e pronto, beleza, vamos lançar. A gente fazia uma seleção de originais como se a gente estivesse bancando a publicação, porque uma preocupação que tínhamos era: a gente precisa manter o padrão de qualidade em que a gente acredita, a nossa linha editorial não é fechada em um gênero só, a gente não publica só um tipo de livro, mas a gente quer ter orgulho dos livros que publicamos, a gente quer tenham histórias boas, qualidade editorial boa, então os livros, mesmo os pagos pelos autores, passavam por aprovação. O que deixou muita gente chateada na verdade, porque alguns autores chegavam achando que era só se interessar por pagar pela publicação que eles seriam publicados pela editora e não era bem assim, o que a gente acreditava não estar de acordo com nossas premissas editoriais a gente recusava e isso gerou até e-mail com xingamento, umas coisas bem curiosas.

Tipo “vou pagar então vocês devem publicar”?

Eu cheguei a receber e-mail de uma pessoa conhecida que disse "está o aqui o meu original, vamos publicar", mas eu disse “calma, vamos lá, preciso primeiro ler o original para ver se está dentro do nosso eixo de publicações, se está de acordo com o que a gente acredita, nossa editora tem uma preocupação grande de não publicar nada que fira direitos humanos e coisas mais básicas”. Então, eu li o original dele, era extremamente problemático e eu recusei. Ele me respondeu já super grosseiro, sabe, "não perai, como assim vocês estão recusando meu original, vocês não querem dinheiro? eu vou pagar, não é para vocês pagarem". Eu respondi: "eu entendi, desculpe, mas teu original não atende às nossas premissas editoriais". Então, já aconteceu umas duas ou três vezes de recusarmos alguns originais de pessoas interessadas em publicar, em pagar a publicação, e essas pessoas ficarem bem chateadas e responderem de forma mal educada. Mas a gente foi reduzindo aos poucos esse modelo, no ano passado ainda tivemos uma publicação nesse modelo, mas nesse ano não teve mais nenhuma publicação paga. Não que estejamos

fechados para este modelo, se uma pessoa chegar com um projeto que a gente ache muito interessante, a gente não teria problemas em fazer a publicação, o que não queremos e nunca quisemos é colocar o nosso selo em qualquer coisa. A gente fez algumas publicações pagas não só por autores individualmente mas também por exemplo para a ABERST [Associação Brasileira de Escritores de Romance Policial, Suspense e Terror], eles fizeram o Ghost Story *challenge*, que foram encontros baseados nos encontros que o Lord Byron fazia, que foi onde Mary Shelley escreveu o Frankenstein, fizeram um encontro desse com autores e escreveram vários conto. E a associação nos convidou para fazer a publicação do livro porque conheciam nosso trabalho e gostavam, também recebemos muitos convites não só de pessoas físicas mas também de instituições. Também fazemos alguns livros que não comercializamos, não estão no nosso catálogo porque fazemos para empresas. Então, oferecemos todos os nossos serviços editoriais, mas não fizemos divulgação e comercialização, por exemplo.

A editora publica algum gênero específico? Percebi no site que têm livros de diversas temáticas, LGBTQIA+, policial, ficção científica, vocês publicam algum gênero específico ou publicam qualquer livro que seja de qualidade editorial do ponto de vista da editora?

A premissa da editora sempre foi: a gente quer publicar tudo que a gente gostaria de ler. Então, como a gente tem gostos diversificados, eu e a Adriana Chaves, minha sócia, gostamos de muita coisa, então estamos abertos a publicar muita coisa. O que eu penso, inclusive, que pode até prejudicar a gente um pouco na questão do negócio, porque a gente percebe que as editoras independentes que se dão melhor no mercado são as que focam num nicho de publicação e criam um nome ali, nisso, como a DarkSide [Books] por exemplo, que teoricamente começou como uma editora independente, focou-se no horror e está aí até hoje e faz sucesso, as pessoas falam dela. A gente tem alguns exemplos como a Draco que faz só ficção fantástica, então às vezes tendo a achar que esse nosso modelo de publicar tudo que a gente gosta pode nos prejudicar um pouco comercialmente, porém é satisfatório para a gente poder pegar livros de diferentes temáticas, gêneros e publicá-los. É o que a gente sempre diz: estamos interessados em publicar tudo que a gente acha legal, tudo que a gente gostar, a gente publica. Um dos livros mais vendidos da nossa editora se chama "Você Nunca Fez Nada Errado" [de Felipe Cruz], que é uma espécie de mistura de autobiografia com ensaio, é um gênero bem híbrido, contemporâneo, bem atual, e ele tem a temática LGBTQIA+, fala da história de um rapaz

que descobre que tem HIV e como é o comportamento dele perante essa descoberta, os amigos, a família, então é um dos nossos livros mais vendidos. Assim como outro livro que a gente vende muito é uma ficção científica, se chama "A Telepatia São Os Outros", da Ana Rüsche, livro finalista de prêmio, é um livro bem vendido. Então, sei lá, fico pensando, esse livro, "Você Nunca Fez Nada Errado" eu tenho o maior orgulho de ter publicado, porque eu acho ele um livro maravilhoso, excelente, importante, que as pessoas deveriam ler. Se eu tivesse focado minha editora só em ficção científica no início eu teria deixado de publicá-lo, entendeu, então fico pensando nisso, tem um pouco das duas coisas, tem o nosso prazer em publicar diversas coisas mas tem também o ponto de a gente entender que precisamos percorrer um caminho mais difícil na hora de nichar a editora, de fazer um trabalho de marketing com a editora, já que a gente não tem uma linha específica de gênero para publicar.

No futuro irão acabar separando em nicho ou a tendência é que continuem trabalhando com esse catálogo mais variado?

A nossa tendência é continuar com o trabalho variado. A gente criou um selo que chama "Universo Insólito" que publica especificamente ficção fantástica, ele publica ficção científica, horror e fantasia, mas isso não quer dizer que todo livro de ficção científica que recebermos vai entrar nessa coleção porque essa coleção está interessada em publicar novelas apenas. Então, não exclui que a gente publique romances desse mesmo gênero dentro do nosso selo principal.

Talvez seja este justamente o diferencial da editora, ser geral?

Sim. Eu penso que a gente precisa entender melhor como se vender. Nós somos uma editora pequena, bem pequena ainda, mas que tem bons títulos no catálogo, nós temos livros muito bem editados, com histórias muito interessantes, acho que talvez a gente precisa aprender melhor os meandros da coisa, por onde caminhar para que a gente consiga ter um número maior de vendas e um destaque maior, aparecer mais para os leitores.

E como vocês se organizam? Imagino que com a pandemia isso possa ter mudado, mas têm escritório específico ou trabalham de casa?

A gente trabalha de casa desde o início. O que mudou com a pandemia foi mais essa rotina de envio de livros, por exemplo, a gente tem ido no máximo duas vezes por semana aos

correios. Mudou, também, nosso calendário de publicação. Tínhamos planejado lançar 14 publicações, o que seria um trabalho hercúleo sendo apenas duas pessoas. Claro, contratamos alguns terceirizados para fazer alguns serviços, mas seria mais de um livro a ser editado por vez, o que seria bastante desafiador. Mas desses 14 títulos que tínhamos pensado para o ano, a gente provavelmente vai lançar só três. Então, é uma diferença bem brutal, até porque tínhamos que primeiro sentir o que iria acontecer com o mercado, se ia continuar vendendo e tal, já que não teria as feiras em que a gente participa todo ano e de onde vem um bom volume de venda. A gente precisava ver o que iria acontecer. Continuamos vendendo pela loja [virtual], talvez até um pouco melhor do que antes...eu acho que vendemos melhor do que antes. A gente tem nossos livros na nossa plataforma virtual e vendemos pela Amazon também.

Tenho ouvido de muitos editores que as vendas online dispararam.

Pois é, para a gente melhorou. A gente fez uma reunião editorial semana passada para definir quais livros serão lançadas este ano pensando em livros que já não teriam lançamento físico, porque seriam autores que estão distante. Inclusive, vamos fazer nossa primeira publicação de uma autora estrangeira, uma autora argentina que vai lançar dentro dessa coleção de ficção científica com a gente; outro autor também que não poderia estar aqui para o lançamento, que foi, inclusive, vencedor de um edital que lançamos no ano passado para a publicação de um autor novo que não tinha nenhuma publicação; e também, um outro livro que já está editado, capa pronta, tudo pronto, e achamos que não tem por que segurar, vamos ver como vamos conseguir fazer esse lançamento, até porque pensamos ser voltado para um público que vem do *online*.

E qual a característica específica do público da editora?

Pelo que percebo, a maioria dos nossos leitores são leitoras, na verdade, na faixa etária entre 20 e 45 anos, muito ampla, mas acho que é por aí.

Algum de vocês trabalha diretamente na revisão do texto/design/edição dos livros?

Sim, na verdade sim, depende muito do projeto. Uma coisa que procuramos sempre fazer é: se minha sócia edita, eu preparo, se eu edito, ela prepara. O restante do serviço geralmente contratamos revisores, diagramadores, capistas, mas eu também sei fazer estes trabalhos. Trabalho com revisão numa empresa, também reviso os livros da editora caso tenha algum problema ou seja preciso fazer uma revisão mais urgente, que não daria

tempo para passar a revisor e tal. Nesses livros de ficção científica, já que esse é um projeto que foi pensado por mim, é uma coisa muito particular, eu trabalho na diagramação desses livros, por prazer de fazer a coisa, eu gosto de fazer diagramação. Não faço muitos *freelas* de diagramação, mas esses livros são onde consigo fazer meu escape, eu gosto de trabalhar com isso e, enfim, é uma coleção bastante trabalhosa para mim, particularmente, porque assumo um controle grande dela.

Então, essa questão do trabalho tu tanto delega para outros freelancers, como alguns projetos tu mesmo faz.

Sim, sim.

Por que abrir uma editora? Por que ser um editor?

Tá. Bom, no meu caso particular eu acho que foi assim, numa questão de me descobrir numa atividade que me era muito prazerosa, sabe? Eu como vim de outro mercado, vim da arquitetura, do mercado imobiliário e tal, posso fazer um comparativo entre os dois e dizer que tinha dias que eu ia trabalhar no escritório de arquitetura no sentido miserável, assim, que eu tô fazendo uma coisa que eu não acredito. E, assim, não quero que me entendam mal, não é que a arquitetura seja uma coisa ruim, mas o mercado imobiliário é uma coisa ruim, do jeito como ele funciona, do jeito como é a lógica dele, de especulação, de construir as coisas sem o menor senso de responsabilidade social, isso acontece muito, são raros os casos que não são dessa forma. E, então, sei lá, eu me sentia muito desgostoso de trabalhar com isso, assim. Eu sempre gostei de ler, sempre li muito, e sempre li, assim, talvez com uma cabeça não só de leitor, mas sempre li pensando muito no livro, sabe? Nas escolhas que tinham sido feitas, assim, “nossa, por que essa capa, por que esse papel, ah, olha como tá ruim de ler esse livro, por que será? Deixa eu entender por que eu tô me sentindo desconfortável lendo esse livro”. Então era uma coisa que eu gostava intuitivamente de fazer, de prestar atenção nas edições, muito além de uma capa dura, porque muitas vezes a capa dura não quer dizer nada, é só uma capa dura, não quer dizer que tá bem editado. Então traduções, assim, se vai prestar atenção em tradução, “caramba, tá estranha essa construção aqui, deixa eu ir atrás do trecho original pra ler, deixa eu ver se tem outro”, sabe? Então sempre foi uma coisa que me chamou atenção, então, quando eu recebi o convite para trabalhar no mercado editorial mesmo assim, ganhando, sei lá, quase quatro vezes menos...não, mais até, mais de quatro vezes menos do que eu ganhava trabalhando como arquiteto, eu meio que resolvi arriscar, “ah, vamos ver no que vai dar”,

é uma coisa que eu gosto de fazer e tal. E quando eu entrei, quando passei a trabalhar dentro de uma editora e ver como é o dia a dia, eu percebi que eu gostava daquilo e aquilo que me fazia feliz trabalhando, eu ia trabalhar todos os dias feliz. Porque eu sabia que ou eu ia revisar um livro, ou eu ia fazer uma preparação de livro, ou ia fazer pacote, que seja, pra enviar, o que não é uma coisa divertida de se fazer, mas que, sei lá, é meio que o resultado do teu trabalho, porque se tu tá vendendo o livro é porque tu fez um trabalho bem-feito na edição dele ou no marketing, que seja, ou, sei lá, em alguma das etapas. E porque tem momentos muito prazerosos, assim, receber a prova da gráfica é uma coisa que eu acho muito prazerosa, porque envolve uma atenção, sabe? “Meu Deus, será que aquele detalhezinho que eu pensei na orelha, no design, será que vai dar certo?”. Então, eu acho que é uma atividade muito prazerosa, assim, então, quando a gente saiu da outra editora, que eu poderia muito bem pensar assim, “ah, não, o sonho acabou, é hora de voltar para o mercado imobiliário que vai me pagar bem, pagar minhas contas”, na hora de fazer isso, assim, tipo, eu fiquei muito em conflito, conflito existencial, assim, não era uma coisa que estava sendo prazerosa pra mim mais, trabalhar com arquitetura, e quando minha sócia, quando a gente sentou e meio que a ideia surgiu naturalmente, assim, sabe, da gente fazer uma editora, eu pensei “cara, eu acho que sim, eu acho que é isso que eu gostaria de apostar agora”. Porque é uma coisa que eu gosto de fazer, me dá prazer, apesar de ter muitos percalços, apesar da gente saber que, infelizmente, nosso público leitor não é grande no Brasil, é grande para algumas coisas específicas, para outras não, apesar de saber que tem que caminhar dobrado assim para publicar os livros, eu resolvi ir, porque simplesmente é uma coisa fascinante, é uma atividade fascinante. E, cada vez que vem um leitor nas nossas redes sociais, assim, no *inbox*, ou no Instagram, ou no Facebook, dizer “nossa, comprei esse livro aqui, adorei, tô lendo e, putz, o final desse livro me deixou arrepiado”, toda vez que alguém vem falar isso, é muito prazeroso, é uma recompensa, sabe, para todo o esforço, todo o trabalho que faz, todas as coisas que precisou abrir mão pra estar fazendo isso. Por exemplo, eu trabalho em jornada dupla, eu tenho um trabalho de carteira assinada, onde eu faço revisão, e eu chego em casa e tenho que trabalhar na editora ainda, é uma coisa muito cansativa, mas é uma coisa que me dá prazer de fazer, diferentemente de quando eu trabalhava só no escritório de arquitetura, que eu ficava tão cansado quanto, tão estressado...aliás, muito mais estressado do que eu fico tendo que me dividir em uma jornada dupla de trabalho. Porque, na editora, eu tô editando livros nos quais eu acredito, eu tô fazendo coisas nas quais eu acredito, que eu sei que têm uma importância, sabe? Literatura faz parte da minha vida em todos os

aspectos agora, não só porque eu faço mestrado também agora na USP em Literatura Brasileira, então a literatura é meu trabalho, a literatura é meu hobby, a literatura é meu estudo, assim, então eu não me vejo, eu não consigo me ver sem estar envolvido, nessa prática editorial. No momento, pelo menos. Eu acho que mesmo que, vamos supor, desse tudo errado, que a editora fechasse, eu tenho certeza que eu ia continuar publicando livros, nem que fosse um por ano, mas eu ia continuar publicando livros, com um projeto especial para alguma coisa, fazendo, sei lá, ficção científica, que é uma coisa que eu adoro. Eu provavelmente ia continuar editando porque é meio que, sei lá, parece que é a mosquinha, o mosquitinho que te pica e te contamina com essa vontade, com essa...

Então, já respondeu uma outra pergunta que eu iria fazer, se tu ou tua sócia tinham um outro emprego... e dividiam o trabalho com a editora.

É, eu tenho um trabalho, como eu falei, tenho um trabalho de carteira assinada, numa faculdade, onde eu trabalho com revisão de material para educação a distância e a minha sócia faz muito *freela* como jornalista, porque ela é jornalista, então a gente tem essas atividades paralelas, sim.

Entendi.

A editora ainda não nos rende o suficiente pra gente se manter...

Só com ela...

É.

E a agora a pergunta-chave que eu queria entender, vocês se consideram uma editora independente? Se sim, por quê?

Sim, a gente se considera uma editora independente por alguns motivos. O primeiro deles, como comentei antes contigo, é o fator financeiro. A gente não teve investimento de nada, nem ninguém, assim, nem nosso para abrir a editora. Nosso investimento foi de tempo, de trabalho, de sei lá, de trabalho intelectual, de investimento intelectual pra fazer nosso trabalho e começar do zero mesmo. Então a gente não recebeu dinheiro de ninguém, não teve investimento de ninguém pra montar a editora. Só isso já seria capaz, no meu entendimento de o que é uma editora independente, já seria capaz de nos colocar aí como editora independente. A outra coisa que acho fundamental também é a gente poder publicar simplesmente o que a gente quiser, sem ter um corpo editorial que tá mandando

no que deve ou não deve ser publicado. A gente se expressa livremente nas nossas redes sociais, a gente defende causas que a gente apoia, a gente procura diversificar o nosso material produzido, e essa liberdade é muito importante pra gente. Talvez, se a gente tivesse um investidor, a gente não teria esse tipo de liberdade, que vai dizer: “opa, não quero meu dinheiro metido nisso aí”. Então eu acho que são essas duas coisas principais pra gente. A gente, sim, se considera uma editora independente por conta de não ter um investimento maior e por ter uma liberdade e, como consequência, ter uma liberdade editorial grande, assim, de publicar o que a gente bem entende.

E se fosse definir o que é uma editora independente, como definiria, além da editora de vocês? O que seria uma editora independente pra ti?

É, bom, uma editora independente seria uma editora que funciona sem investimento de grandes capitais, não tem o investimento de um capital externo, apenas dos próprios editores, das pessoas que estão dentro da editora, né? Que tem essa liberdade editorial, que pode fazer e definir muito bem a sua linha editorial e depois mudá-la, se quiser, sabe, que não tá atrelado a... não precisa responder a nenhum corpo editorial externo ou a investidores externos e que, assim, se preocupa em ir pra guerra. Estar junto dos leitores, procurar os leitores, ir em feiras, ter um contato mais próximo, ter um contato diferente com autores, sabe, ter um contato mais próximo com os autores. Os autores, eu acho que isso é importante também de citar, os autores que estão em editoras independentes têm que ter noção de que o trabalho deles é muito importante também pra editora, trabalho de divulgação, ou trabalho de estar ali junto acompanhando o dia a dia da editora e tal, dar ideia, sabe, porque a gente não tem um departamento de marketing pra pensar em tudo. Então, a gente acha importante que os autores estejam muito juntos. Então é isso, eu diria que, para uma editora independente, também, a editora independente tem como característica uma proximidade com esses autores, né, claro, isso eu tô falando de quem publica autores contemporâneos que estão vivos, que estão dentro de uma mesma realidade, de São Paulo, vamos supor, que nós estamos aqui. Mas eu diria que é isso, que uma editora independente é isso, é uma editora que tem uma relação mais próxima com autores e leitores, uma editora que não tem investimento de capital exterior, a editora não tem investidores e que, por isso, pode traçar a sua linha editorial, as publicações que vão ser feitas de uma forma muito independente, muito livre, podendo, sim, alterá-la quando achar necessário.

Usam esse termo independente no canal de divulgação, no site, vocês se definem assim, neste termo especificamente?

Sim, a gente usa, eu não sei se atualmente no nosso site tá, mas a gente tem, a gente já usou algumas vezes assim.

Tá.

Tipo, a gente usa, a editora tem uma *persona*, a editora é uma mulher, a Monomito é uma mulher, então a gente usa “sou uma editora independente e tal”, a gente não costuma usar nós somos ou algo do gênero, sabe?

Interessante essa estratégia de uma *persona*. E, por acaso, vocês já ouviram falar nesses termos de editora *indie*, *underground*, pequena ou *small publishing*, esses termos assim?

Sim.

Acha que esses termos se relacionam com o independente ou não necessariamente uma editora independente é pequena? Essa questão do tamanho dela...

É, é uma coisa curiosa, assim, porque a gente vê editoras que começaram como editoras pequenas e hoje são editoras médias e continuam sendo independentes, alguns casos, assim. Então eu acho que, não necessariamente, está atrelado ao tamanho, à estrutura. Mas assim, eu vejo que tem certos patamares que, ao serem atingidos, não tem como você chegar como uma editora independente. Você não vai ter o tamanho da Companhia das Letras sendo uma editora independente. Isso não vai acontecer, porque pra chegar nesse tamanho você precisa de dinheiro e investimento, a não ser que você seja um herdeiro muito rico e tenha todo o dinheiro pra investir, você não vai chegar no tamanho de uma Companhia das Letras sendo uma independente. Então a gente tem editoras médias como a DarkSide Books, que pode dizer que, hoje em dia, é uma editora média e que começou como uma editora independente e pequena e, até onde eu sei, continua sendo independente. Não tenho contato com as pessoas da editora, não os conheço. A Pólen [atualmente Jandaíra] também, a Pólen é uma editora independente que já tem um certo tamanho, com essa coleção dos Feminismos Plurais da Djamila Ribeiro, já conseguiu um certo tamanho, já tem um volume de vendas bom, já está começando a virar uma editora média. Mas, assim, não tenho acesso a esses números, então tô falando meio de orelhada pra ti.

Sim, dá essa impressão mesmo, né? Mas não tem problema.

É, é. A impressão que me passa, mas assim, a [expressão] editora *indie* eu vejo muito sendo usado, a editora pequena não necessariamente é uma editora independente, porque pode ser que seja uma editora pequena também com investimento, com um grupo de investidores para quem a pessoa precisa responder tudo, justificar tudo, então não necessariamente uma editora pequena é uma editora independente, mas editora *indie...Underground* eu já ouvi também, assim, atrelado, mas eu não sei o que esse *underground* quer dizer. É *underground* pelo modo de fazer, é *underground* pela temática? Porque pode ser que uma editora grande, uma editora com dinheiro, uma editora que não seja independente tenha publicações *underground* na temática.

Sim.

Mas uma editora que se diz *underground* teoricamente pra mim é que faz o rolê mesmo *underground, zine...* Publicação barata, coisas diferentes assim, sabe? Quando eu escuto uma editora se dizendo *underground* eu penso nisso, não penso exatamente na temática que tá publicando.

Passa uma ideia mais artesanal, parece, de uma editora mais artesanal...

Sim, sim.

Toni, uma questão, em todos os meus estudos eu tenho me deparado com o termo bibliodiversidade, muitos editores falam nesse tema. Vocês estão familiarizados com eles, vocês acreditam que esse é o objetivo da editora? O que vocês entendem por isso, por exemplo?

É, é como eu te falei, a gente desde o início tá muito disposto a publicar diversos tipos de coisas, coisas até que visibilizem pessoas que não tão normalmente sendo publicadas no mercado. Então, sim, a bibliodiversidade é uma coisa que interessa muito a gente e que é uma das nossas premissas, assim. A gente tem, como eu falei, autores LGBT, tem autores negros, a gente se preocupa sim em fazer publicações que, eu acho que se bobear, a maior parte dos nossos autores são LGBT, mesmo os que não escrevem sobre a temática LGBT. Também não é aquela coisa “ah, vou convidar um autor LGBT pra falar sobre a temática LGBT”, não. Tipo, autores de modo geral falando, a gente tem autores que estão escrevendo terror pra gente que são LGBT também e que a gente nem, sei lá, nem bate nessa tecla a respeito do autor porque não é o que interessa ali. Tipo, tem uma pessoa com

as suas particularidades, como todos os outros autores o são também. Mas a gente procura sim, tanto como eu falei, tanto na temática que a gente vai abordar nos nossos livros, quanto nos autores que estão no nosso catálogo, assim, a gente tem um catálogo bem diverso na verdade. Eu acho que, talvez parando pra pensar assim, a maioria dos nossos autores são autoras na verdade, são mulheres, a maioria do nosso catálogo são autoras femininas...Então a bibliodiversidade é uma coisa...É uma coisa que é cara pra gente.

E o que seria bibliodiversidade pra ti, como tu percebe esse conceito?

É, falando assim sem saber academicamente?

Pode ser tua impressão mesmo.

Pra mim bibliodiversidade é tu, sei lá, uma editora pra poder dizer que aposta na bibliodiversidade ela tem que ter um leque de publicações que abordem temáticas diferentes feitas por autores diferentes, que toquem, assim, toquem coisas diferentes, não só numa questão de gênero literário, mas também no modo de fazer os gêneros literários. Então, sei lá, se eu vou lançar um romance histórico aqui, sei lá, uma editora tem romance histórico, eu não quero que todos os romances históricos que a editora publique falem da mesma coisa ou sejam do mesmo jeito, eu quero ouvir vozes diferentes, eu quero ouvir pessoas diferentes escrevendo sobre romance histórico. Que vão poder focar coisas diferentes, temáticas caras a pessoas diferentes. Um vai falar sobre, sei lá, escravidão, o outro vai falar sobre, enfim, sei lá, colonização, eu acho que pra mim bibliodiversidade é isso, sabe? Ter livros diferentes falando sobre coisas diferentes sendo ditas por pessoas diferentes.

Como vendem os produtos de vocês? Em questões de, por exemplo, distribuição: é em livraria tradicional, livraria independente ou *online*? W como pensam o marketing da editora? Já falou dessa questão de não definir um nicho. Eu ando percebendo que as editoras independentes têm uma atenção especial ao design, a um design mais inovador dos livros. Então, nessas questões, vendas e marketing, como as descreveria?

Tá, a gente vende principalmente pelo nosso site, a gente tem um *e-commerce* no nosso site, a gente vende também pela Amazon, que pra te falar a verdade mesmo assim não é uma coisa que me agrada, mas eu sei que eu preciso estar ali, vendendo ali se eu quiser manter a editora, infelizmente. A gente comercializa nossos e-books por lá também, pela

Amazon, por enquanto com exclusividade pela Amazon, mas a gente tá querendo se estruturar melhor para poder fazer e ter uma venda diferente de e-book e não depender da Amazon. A gente vende em algumas livrarias pequenas, a gente não tá nas livrarias que têm, livrarias de rede tipo Saraiva. Nossa! Saraiva nem pensar, eu tenho horror à Saraiva, eu tenho arrepio só de pensar na Saraiva. Mas Saraiva, Cultura a gente não tá. Mas algumas um pouco maiorzinhas, tipo Martins Fontes, são livrarias que eu sei que são confiáveis e que fazem um trabalho direitinho. Mas a gente tem livro em algumas livrarias pequenas, que têm algumas livrarias pequenas, principalmente em Belém...porque, assim, eu sou de Belém [no Estado do Pará, região norte] e minha sócia é de Manaus [no Estado do Amazonas, região norte]. Então, a gente tá sediado aqui em São Paulo, mas a gente tem um diálogo bom com esses dois pólos, vamos dizer assim, principalmente Belém. Então os nossos livros estão em algumas livrarias pequenas de Belém. Com relação ao marketing, a gente tem duas pessoas que ajudam a gente no marketing, que a gente paga pra elas mensalmente e tal, mas, assim, isso é coisa recente também, começou esse ano. A gente começou a fazer trabalho esse ano com elas, porque a gente percebeu que precisava de um direcionamento melhor para algumas coisas. Então, a gente pensa algumas ações juntos e tal, orientam a gente em algumas coisas, fazem algumas coisas pra gente. Agora, como a gente se vende, como eu falei, como a gente não tem um nicho específico, eu acho que a gente se vende muito com essa imagem de ser uma editora que vende coisas diversas e que tem uma preocupação social grande, sabe? Então os nossos projetos geralmente envolvem acessibilidade de novos autores ao mercado. Por exemplo, a gente acabou de finalizar um edital para receber textos só de mulheres que vivem no Pará, no Estado do Pará, então a gente vai lançar esse livro aí que vão ser 15 textos em prosa, 15 textos em verso e já tem algumas autoras convidadas, então são mulheres paraenses, ou que moram no Pará ou que são de lá. Então, geralmente, os nossos projetos têm...por exemplo, nosso último financiamento coletivo que foi do “O Crime da Quinta Avenida” [de Anna Katherine Green] era assim...qual era a pegada dele: a mulher que inventou várias coisas que a gente lê nos romances policiais de hoje e que não tá publicada no Brasil, sabe? Então a gente procura dar visibilidade para coisas que não estão no *mainstream* do mercado geralmente. E isso é muito satisfatório, as pessoas meio que já entenderam que isso é uma pegada da nossa editora, e que é uma coisa que costuma chamar leitores. Mas, ainda assim, eu acho que a gente precisa trabalhar melhor como a gente quer se mostrar para o mercado. Porque eu acho que a gente tem bons livros, os nossos livros têm uma preocupação grande no design, no trabalho editorial como um todo,

sabe, os livros são bem editados, mas eu acho que a gente poderia vender mais. A gente poderia estar alcançando mais gente que a gente não alcançou, talvez por conta da falta de um trabalho de marketing mais específico. Talvez, não sei. A gente ainda está afinando e se encontrando um pouco...como se vender.

Entendi. Mas é uma editora nova, né, tu falou em 2017 que vocês começaram.

É, sim, setembro de 2017. Agora vai fazer três anos.

E quantos livros vocês já publicaram no total?

Mais ou menos 20 livros.

Ah, uma média de 10 por ano.

Por aí.

E eu ia perguntar justamente sobre financiamento coletivo e outras formas de usar o digital. Vocês já fizeram quantos projetos? Fizeram bastante já?

Não, não, financiamento coletivo a gente fez um só, fez esse e agora vai fazer esse outro, que é com essas autoras do Pará, que a gente fez edital e vai financiar com financiamento coletivo. E tem mais um financiamento coletivo até o final do ano que a gente pretende fazer, pretende lançar. A gente não tem muitos projetos, não, de financiamento coletivo. Mas a gente acha uma ferramenta super interessante, assim, a gente vê que tem muita gente fazendo a rodo financiamento coletivo, tem gente que emenda, tem editora emendando um financiamento coletivo, um atrás do outro, e se dando muito bem. A Wish trabalha praticamente só com financiamento coletivo e é uma editora que já tem um nome muito legal no mercado. Cê conhece a Wish, essas editoras?

Por acaso, eu ouvi falar dela hoje, porque eles estão com um projeto, não sei se chegou a ver, de apoio a editoras e livrarias independentes e eles já juntaram mais de R\$ 400 mil, não sei se tu chegou a ver?

Aham.

Eu acho que é o apoio da Companhia das Letras, da Amazon, de várias empresas para ajudar pequenas editoras e livrarias, eu achei muito interessante. Mas eu não conhecia a Wish, preciso me atualizar mais. Mas é uma editora?

É uma editora, a Wish é uma editora que eles trabalham basicamente fazendo financiamento coletivo de livros de fantasia. Coesão Independente, cê conhece a Coesão Independente?

Coesão... não, Coesão Independente é um outro coletivo?

Isso, a Coesão Independente é um coletivo de editoras independentes, acho que o maior do Brasil.

Ah...eu já ouvi falar, sim.

Reúne várias pessoas, reúne várias editoras, são mais de 120 editoras, eu acho.

Queria perguntar como enxerga o posicionamento da editora no mercado brasileiro. Já me falou um pouco que vocês ainda têm que definir um pouco melhor, mas como vocês lidam com o mercado que é tão grande, que é tão diverso, enfim, como que é essa questão?

É, bom, a gente se posiciona no mercado como uma editora nanica que está tentando fazer trabalhos interessantes e procurar alternativas às grandes redes de livrarias que a gente só escuta história de calote, assim, editora tomando calote, cê viu o que aconteceu com a Saraiva agora, né?

Sim.

A Saraiva perdeu mais de 50% do estoque, porque as editoras todas colocaram na justiça e pediram seus livros de volta.

E conseguiram?

Porque a Saraiva não paga...Conseguiram, conseguiram. A Saraiva está depenada, assim, mas muito por conta deles, da má administração deles. A Cultura também não vai nada bem. Então, desde que a gente...e essa é a uma realidade que já vem acontecendo há algum tempo, desde que a gente entrou no mercado em 2017 a gente já disse que não vai pra livraria grande, a gente não quer ir pra livraria grande.

Mas vocês fazem consignação mesmo com outras livrarias?

Sim, com as livrarias pequenas a gente faz consignação, porque, enfim, é um contato mais próximo, a gente sabe que vai receber.

É uma confiança maior.

Então, com certeza, com as livrarias pequenas a gente faz consignação, sim. Então é isso, a gente tá procurando se posicionar no mercado. 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 sempre nos procurar nas feiras, quando sabe que a gente tá nas feiras, tem gente que sempre volta. Tem muitos leitores, muitas pessoas que começaram como leitores da editora que hoje eu converso diariamente no WhatsApp, pessoas que acompanham o nosso trabalho, que tão ali, sabe? Muitos autores já conhecem a gente, já aconteceu de eu fazer proposta de publicação para o autor e o autor conhecer nosso trabalho e tal, então isso é legal. 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.

E falando em feiras, vocês participam das feiras mais tradicionais ou mais de circuitos independentes? Em que tipos de feiras vocês participam?

A gente participa mais de circuito independente porque, assim, as feiras tradicionais, tipo as feiras da USP [Universidade de São Paulo] e tal, eu acho que representa um volume de vendas, até um volume de catálogo, mesmo, que justifica o investimento, porque não é barato estar nessas feiras. A Feira da USP, a Feira da UNESP [Universidade Estadual Paulista], essas feiras maiores assim. Então a gente procura ir pras feiras mais independentes mesmo.

E tem algum nome específico de alguma feira que sempre acontece e que vocês vão? Só pra eu dar uma pesquisada?

A Coesão Independente tava fazendo uma feira, esse ano não teve por conta da pandemia, mas, tipo, no ano passado foi a primeira edição e foi muito legal, foi bem grande. Tem uma feira da Mário de Andrade, tem algumas feiras que a gente ainda não foi, mas que a gente pretende ir, tipo a Miolo(s). Nossa, sou péssimo pra nome. A gente já foi na feira da Zona Sul também, a feira literária da Zona Sul chama FELIZS, se não me engano, a gente tava...

Mas mais feiras em São Paulo ou vocês viajam assim pelo Brasil?

A gente vai a Porto Alegre, por exemplo, tem a Odisseia Fantástica, a Odisseia de literatura fantástica que é um prêmio, um evento de dois dias que acontece em Porto Alegre anualmente e a gente vai. A gente sempre leva nossa banquinha pra lá e participa ativamente, a gente investe no evento também, a gente participa não só com a banca, mas a gente investe no evento também.

E tem alguma parceria que vocês fazem com outras editoras pequenas? Já fizeram, por exemplo, algum financiamento em conjunto ou participado dessas feiras em conjunto?

Ah, sim, sim, a gente procura estar em diálogo com essas editoras pequenas. São algumas assim, né, a própria Coesão Independente já faz isso, a gente já tem um grupo no WhatsApp onde diariamente tem uma troca ali de experiências e tal. Então, o pessoal se indica gráfica, indica fornecedor de material, então a gente tá junto, ali, das outras editoras pequenas tentando fazer um...tentando manter um contato que possa ser bom pra todo mundo. Então, esses eventos pequenos, assim, com certeza servem pra gente fortalecer isso também. O contato entre editores de diferentes editoras que possa ter uma troca, enfim, um ajudar o outro ali. Porque a gente sabe, todo mundo sabe que o negócio é difícil pras editoras pequenas.

Ah, interessante, eu tenho uma percepção muito diferente do Brasil, parece que tem mais aliança entre as editoras, que se ajudam mais.

Certamente e, assim, uma coisa legal que todo mundo ajuda nos financiamentos coletivos do outro, sabe, nesse grupo que a gente tem da Coesão Independente o pessoal lança lá “ó, tá aqui”, e, tipo, as pessoas, claro, não publicam pelas suas editoras, mas todos os editores compartilham os financiamentos coletivos uns dos outros e tal. Por exemplo, quando a gente, por acaso, precisa fazer alguma postagem pela nossa editora e que cite o nome de alguma outra editora, a gente faz questão de marcar a editora na publicação, comentar e tal.

Um divulgar o outro.

Porque a gente acha...isso, porque a gente acha que, assim, apesar do mercado ser pequeno, apesar do, sei lá, a gente saber que não tem tantos leitores como a gente gostaria que tivesse para justificar o que a gente faz, mas tá todo mundo no corre, tá todo mundo querendo mostrar seu trabalho, fazer suas coisas. E eu encarar o outro como meu

adversário não vai ajudar em nada a minha editora, sabe? Eu não tô, tipo, expondo minhas ideias para os outros roubarem minhas ideias, não, eu tô ali compartilhando um mercado. E que se melhora pra um, melhora pra todo mundo, sabe? A nossa ideia é um pouco essa, assim. Se o mercado aquece pra um, se as pessoas passam a comprar livros de um, naturalmente as pessoas vão comprar livro de outro. Então, eu acho que essa ideia de querer crescer só, crescer, sabe, encarar o outro como adversário, como concorrente e tal, não faz muito a minha cabeça. Eu acho que tem espaço pra todo mundo aí, no pouco espaço que tem, sabe aquela coisa? Onde eu comecei, como comecei, sabe, no pouco espaço que tem eu acho que dá pra galera se dividir e todo mundo mostrar seu trabalho e só quem ganha são os leitores, né. Porque... aliás, não só quem ganha, mas *principalmente* quem ganha são os leitores que têm uma gama de publicações maior ao seu alcance.

Vocês têm o objetivo de se tornar uma editora vinculada a grandes corporações, caso essa oportunidade surja? Pelo que eu entendi não, mas... [risos].

[risos] Não, não temos essa...

Não têm esse objetivo.

Não temos essa ideia. Ah, sim, claro, se... vamos supor, sei lá, Grupo Record chegar com a gente e disser “ó, queremos comprar o selo editorial de vocês”, claro que a gente ia conversar a respeito, mas para que isso acontecesse, a gente precisaria ter certeza de que a gente teria uma liberdade de publicação como a gente tem. Até porque eu imagino que se uma grande corporação quisesse comprar o nosso selo editorial seria para manter o trabalho que a gente faz, porque, de alguma forma, teria chamado atenção. Mas a gente não pensa nisso, a gente não trabalha pensando nessa hipótese. Claro, a gente fala de brincadeira assim, um pro outro, “quando o grupo Companhia das Letras comprar a gente”, mas assim, é zoeira, claro, brincadeira. Mas a gente não trabalha com esse objetivo, não. 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.

Então dentro das editoras independentes, qual acha que é o maior diferencial da Monomito? Em que ela mais se destaca?

Eu acho que a gente se destaca por esse...por ter um catálogo bem diversificado, por ter um trabalho editorial muito cuidadoso. A gente se preocupa muito com o nosso trabalho editorial. Os nossos livros têm um trabalho de edição de texto muito legal, que é um cuidado de preparo da publicação que é muito legal. E eu acho que é a nossa postura perante os leitores e os autores, a gente tem um contato muito legal com as pessoas, as pessoas que conhecem a editora ficam. A gente consegue fidelizar os nossos leitores. Os que compram com a gente sempre voltam para comprar outras coisas. Então, eu acho que eu poderia dizer que é isso, são esses três pontos.

Eu sempre ouço o pessoal dizendo que uma coisa que falta muito em editoras, principalmente em editoras grandes, são pessoas leitoras, tipo, leitores que trabalham no mundo do livro. Concorda com isso?

Concordo, eu concordo com isso, sim. A gente procurar fazer com que nossos livros passem por leitura aberta. Claro, a gente acaba por não ter tanto dinheiro para investir, a gente não consegue contratar leitores betas assim a rodo, mas a gente sempre indica que nossos autores passem para amigos que ou trabalhem no mercado do livro e que possam fazer isso, ou amigos que são leitores costumeiros, que leem bastante, que estão acostumadas dentro do gênero que a pessoa quer publicar. Mas sim, eu acho que precisa, isso é uma coisa importante, sabe, de ter. Porque o livro, antes de chegar para o público leitor, que ele passe por leituras especializadas também, pessoas que...ainda mais livros que tocam em temas sensíveis, né, a tal da leitura sensível é muito importante. Se uma pessoa que, sei lá, uma pessoa que não é negra, vai falar sobre uma realidade de uma pessoa negra periférica, [sendo] uma pessoa branca de classe média ou uma pessoa rica, branca, ela tem que ter muito cuidado na hora de escrever isso. Então, passar isso por uma leitura sensível é muito importante, porque é essa leitura sensível que vai dizer: “olha, isso não condiz com a realidade, isso aqui nunca aconteceria, isso não seria assim e tal”, entendeu? Não é questão de que a pessoa branca de classe média não possa escrever o livro que traga o enredo de uma pessoa negra periférica, mas que se ela vai fazer isso, que ela faça com muito cuidado, que ela faça com respeito.

Interessante. Leituras sensíveis...Eu não sei se tem mais alguma coisa que gostaria de sugerir ou de acrescentar sobre a editora, ou de sugerir para a pesquisa?

Acho que a gente cobriu, assim, bastantes partes do que é nosso trabalho com a editora.

Observação: posteriormente à entrevista, uma pergunta adicional foi feita via e-mail no dia 04/12/2020.

Qual a média das tiragens das publicações?

A média das nossas tiragens é de 300 livros.

ANEXO 3

Clô Barcellos - Editora Libretos (Porto Alegre, Brasil)

Data: 18/09/2020

Duração total: 1h 39min

Via: Zoom

Gravação em formatos de vídeo e áudio

Então, Clô, primeiro eu queria entender um pouco da trajetória da Libretos: quem a fundou, quando surgiu, enfim, o histórico.

Bom, eu e o Rafael Guimaraens, nós fundamos a Libretos em 1998, aqui em Porto Alegre. Nós somos jornalistas, né, e naquela época sempre fomos colegas na universidade, de jornalismo, então a gente tinha uma inquietação muito grande, né, antes, claro, na faculdade - isso em 1998, a gente já estava com uma certa idade - lá, na época, éramos colegas na década de 70, finalzinho da 70 pra 80. E ali havia uma inquietação pela busca do diferente, e tal, até 88 quando a coisa começou a ficar complicada, assim, na vida, né. Havia uma busca pela liberdade, assim, naquela época, e a gente procurava ali...a gente era jornalista e a gente queria uma saída para dar visibilidade àquilo que a gente achava importante, relevante, que era um conteúdo que não encontra espaço onde a gente habitava. Não encontrava espaço. Então a gente tinha ideias e não encontrava essas ideias. Então esse estopim foi aceso aí quando o Rafael escreveu uma historinha infanto-juvenil chamada "O Livrão e o Jornalzinho", e ele me apresentou essa história em 96, 97. E a gente não tinha editora. E aí essa história falava de dois personagens, uma metáfora sobre o papel da mídia né, do livro, da televisão, da Internet, que ainda era super embrionária, ainda nem existia, enfim, quer dizer, existia sim, existe desde 92, então ali ainda era muito embrionária. Estabeleceu, assim e a gente fez as bases da nossa empresa.

Bom, eu não contei, aí que essa metáfora na verdade estabeleceu as bases, porque era a mídia conversando entre ela mesma, entre livros, televisão, Internet, é uma comunicação né, e aí às editoras médias e pequenas eu ofereci aquele exemplar de "O Livrão e o Jornalzinho" pra publicar, procurei uma casa editorial. Cada editora tinha o seu plano, o seu estilo, o seu habitat, então a gente aprendeu assim que, a pequena editora, por exemplo, ela tem uma força identitária muito grande. Então a gente fez a Libretos porque a gente não encontrou nenhum acolhimento, né, nem uma identidade com as empresas

que existiam. Então 22 anos agora depois agora de 98, a gente tem uma editora e aí eu acho que tu vai querer perguntar mais coisas porque eu posso ir falando até o final.

Eu queria só perguntar algumas coisas mais práticas assim: como definiria o nicho da editora, quais tipos de livros exatamente vocês publicam no catálogo.

Eu tenho um roteiro, assim, que esclarece, por exemplo.

Ah claro, pode seguir, se quiser.

Eu poderia ir continuar falando, eu só queria saber se tu...pra começo, foi isso.

Não, está ótimo.

Então, assim, 22 anos depois, 2019, a editora lançou 20 lançamentos em 2019, naquele ano imprimiu 20.000 exemplares. Então, assim, daquele livrinho que começou lá e tal...Então a maioria dos títulos que a gente escolhe vem originais durante o ano, vem indicações, vem oportunidades de coedição, né, e agora em 2020 a gente vai publicar 15 livros. Publicar não...já estamos lançando na Feira [do livro de Porto Alegre], um total de 15 livros mais ou menos, talvez 13 não sei bem, os dois últimos estamos fazendo agora.

E essa é uma média dos títulos por ano?

De uns quatro, cinco anos para trás, sim. Mas eu já lancei seis, três, né...Então, 12...foi o máximo que eu consegui antes de 2019. Em 2019 por incrível que pareça foi bacana, foi 20. Então esse ano vai ser 13, vamos considerar. Então, assim, a meta da editora agora é sobreviver, né. A gente tem 100 livros ativos no catálogo, ou seja, a gente vem publicando centenas de livros. Eles vêm esgotando e aí a gente agora assim tem 100 ativos no catálogo, que tem para repor. E aí eu tenho assim a ideia do que é a Libretos conceitualmente, mas não sei se quer perguntar alguma coisa mais técnica agora.

É, na verdade eu vou abordar as duas questões, tanto as mais práticas e essa mais conceitual, então eu tenho um roteirinho aqui, mas também não faz mal a gente fugir dele, desde que a gente aborde todas as questões. Mas então vamos para as práticas, de repente, e aí depois a gente pode ficar mais livres, tá? Ok, então os tipos de livros ou nichos se vocês se consideram uma editora de nicho e se vocês têm um escritório próprio ou se as atividades são feitas mais na casa dos editores, enfim.

Tá. Sim, funciona assim... só para tu entender essa coisa do nicho, porque acho que para entender um pouco o nosso nicho que tem, é verdade, tem, porque assim a nossa...claro, todas as editoras dizem isso, que a sua editora não é apenas uma pessoa jurídica, mas é que realmente as empresas elas constituem um personagem, né, e no marketing, o jargão do marketing, eles dão o nome "a persona", que é o consumidor, mas não é...não é a pessoa que tá lá fora né...é o personagem que tá dentro da editora, assim, que é a editora. A minha editora ela tem corpo, por exemplo, ela se veste de cores sóbrias, a logomarca é preto e branca, ela é cult, ou pretende ser contemporânea e atenta, e isso não é trabalhar com informação de massa, entendeu, e aí que está o nosso nicho, né. Então a gente pretende, imagina, uma pessoa séria, contemporânea, atenta ao conteúdo, não trabalha com informação de massa, que é tipo sei lá, que as pessoas dizem assim: "ah por que a Libretos não publica...". Me ligou um cara aqui querendo publicar um negócio de business e tal e eu disse "meu deus não é isso né". Então a gente consegue pela forma que a gente trabalha agora, cooperativada - que depois se tu quiser eu te explico - a gente conseguiu assim manter uma linha editorial, dizer "não quero publicar isso, não quero", e se manter digitalmente e fisicamente no mercado. Então a gente tem essa forma de trabalhar e com uma certa personalidade, porque todas as editoras buscam, né, a sua personalidade, na verdade, mas algumas ficam meio perdidas talvez nessa questão comercial, não sei bem né, ou faz algumas concessões, ou não faz, ou já nasceu assim, enfim...tem outra gestão. É que a gente começou assim: "cadê o conteúdo que eu quero ler e não tá... ". Qual era o conteúdo? Em geral eram coisas que tinham acontecido na história contemporânea da nossa vida né, porque...o movimento estudantil por exemplo, a gente procurava o movimento estudantil nos livros nacionais sobre o movimento estudantil e no Rio Grande do Sul não tinha nem um parágrafo. Aliás, tinha só um parágrafo para todo o estado, quer dizer, pô...Aí a gente criou um livro chamado "Movimento Estudantil", etc. Aí pesquisamos sobre Porto Alegre, sobre a Rua da Praia, não sei quê, e daí começou a cultura que é feita aqui, os escritores que têm sotaque, como é que é isso, mas não é regionalismo, porque a gente também não acredita em vamos dizer assim vou usar essa palavra depois tu vê como vai usar na tese, como é que chama, "gauderismos", nós não somos...ninguém toma chimarrão aqui. Mas enfim a gente é contemporâneo entendeu. E a gente começou...e a quantidade de gente que fala assim que a gente também não ouvia em nossos lugares é legal. Então a nossa coisa é essa.

E vocês publicam muitos livros de não-ficção, certo? Muitos livros de história também, literatura...

Históricos só no sentido, vamos dizer assim, se contribui para a memória né. Quer dizer, uma história mal contada, não sei, porque pra contribuir para a memória tem que trazer alguma coisa pro pensamento atual né. Então quando é por exemplo, tu fala de um feminicídio lá atrás mas tu coloca isso na perspectiva de hoje, né. Nós temos uma coisa de contribuição para a humanidade, minimamente, o que a gente tem que fazer é contribuir. A gente não pode fazer... a gente não acredita assim por exemplo, num discurso vazio, uma abobrinha, uma coisa né que...

Eu adoro que abobrinha é muito gaúcho [do estado do Rio Grande do Sul].

Abobrinha é gaúcho, mas ela diz tudo né. Porque assim, por exemplo quando tu vai almoçar, tu vai almoçar qualquer coisa, mas tu não vai comer só abobrinha né, porque a abobrinha não alimenta, então a ideia é essa né. Só abobrinha não alimenta, ninguém vai parar em pé. Então é legal a gente ter assim...a nossa é bem assim: ela tenta ser contemporânea e atenta. Só isso. E trabalha de forma cooperativada.

Explica, então, esse termo cooperativada, já que iria explicar essa forma de trabalho.

A cooperativada é o seguinte, a empresa ela começou, quando ela começou lá em 2000 e...até 2005, , 2001 a 2005, a gente era...publicava, botava dinheiro nos livros, depois em 2010 a gente começou a buscar leis de incentivo, e aí foi maravilhoso, assim, até 2012 o nosso catálogo se recheou de coisas importantíssimas para a cidade, álbuns fotográficos com histórias junto, com história contemporânea, por exemplo o Mercado Público de Porto Alegre, tem um álbum, a história do [lago] Guaíba, quer dizer, a história do Guaíba misturada com conhecimento, quer dizer, porque as pessoas não conhecem o Guaíba, né, as praias que têm, onde que dá para acessar, às vezes não dá para acessar o Guaíba, então essas coisas assim. E aí foi muito bacana. E também contamos a história do CooJornal [Cooperativa de Jornalistas de Porto Alegre] que foi um jornal de jornalistas na ditadura, enfim. Aí até 2012, 2013...quando entrou assim depois uma época, aí já não dava mais tipo 2014 por ali, quando começou aquela coisa da política, da questão política do país, em 2016, então, foi horrível [referência ao *Impeachment* da ex-presidente Dilma Rouseff] e aí a gente se organizou né para chegar em 2019 bem, né, graças a Deus. Mas aí naquela época a gente elaborou uma forma cooperativada que é a seguinte: a gente primeiro recebe o original, aí a gente lê o original, e nem sabe quem é o autor, assim, às vezes eles mandam

e não gostamos do original aí respondemos assim "olha, muito obrigada", e aí vai. Quando recebe um bacana, uau, tu olha "esse aqui, bah, esse aqui pode ser", aí a gente entra em contato com o autor e faz uma prospecção do livro como nós faríamos o livro. Aí faz uma prospecção do livro e diz para o autor: "ó, a gente pode participar até aqui" e aí a gente cooperativa, a gente faz cooperação. A gente pode assim, ó, nós achamos que nosso investimento aqui nesse livro vai até, sei lá, até o final do PDF, depois a gente não tem mais como investir no livro, então a gente precisa cooperativar: aí o autor acha uma forma ou a gente pensa uma forma, às vezes é Catarse [site de *crowdfunding*, financiamento coletivo], às vezes é pré-venda, às vezes é uma coisa lá que a gente inventa, e aí o livro se...e aí a gente remunera o autor com uma tiragem mas não perde o contato com essa tiragem. A gente remunera o autor para ele ficar com os exemplares que ele, digamos assim, a gente faz uma divisão "hermana" dos exemplares e ele fica com os exemplares, e aí a gente faz um trabalho coletivo, de venda coletiva, em que sai do depósito dele e do nosso, dele e do nosso, dele e do nosso, dele e do nosso, né, na venda, né, na divulgação, a gente faz tudo junto. E aí é isso que eu digo, é uma cooperação, não é uma coedição porque o editor não é uma, 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. E aí ele vai junto, e ele vai vai vai, daqui a pouco, ou eu ou ele precisamos comprar um do outro e a gente compra um do outro e vai indo e vai indo até que se esgote. Então não é assim tu fazer e largar na mão do autor e dizer "te vira", agora é tu que vai. Não, é uma cooperação, é uma sociedade que a gente faz com contrato dizendo que vai até o final da tiragem, a gente vai fazendo participação. E também dá liberdade para o autor mais articulado que queira fazer a sua própria trajetória na sua região, com os seus próprios livros, sendo que a gente tem uma sociedade de divulgação, isso vai junto também. Então 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. Então isso é uma forma de cooperativa e aí é muito bacana porque como a gente não abre mão do catálogo, as pessoas que vêm fazer edição conosco se sentem seguras de que vão estar nesse nicho que eu disse, que ela trabalha, então a gente tenta trazer. Então às vezes o livro não é muito profissional e é bom, e aí a gente dá uma...faz uma consultoria praticamente, porque o autor precisa receber muita informação, às vezes.

E essa ideia foi de vocês ou pegaram algum modelo no qual se inspiraram?

A gente foi criando isso. Porque a gente foi transformando o livro em moeda. Então a gente ficou pensando "vamos transformar o livro em moeda", se a pessoa colocar tantos de moeda, ela vai sair com tantos de livro e a gente vai fazer um trabalho cooperativo que é híbrido, que é onde fica por exemplo, se fossem duas bolinhas assim eu desenharia né aquele denominador comum, lembra? Das duas bolinhas e no meio...então aquela área ali [em comum entre os autores e a editora] é divulgação e trajetória no mercado, por exemplo, inscrição em tudo que é prêmio, de assessoria de imprensa, sabe, porque os autores, é engraçado isso, os autores daqui com toda nossa história não são valorizados, quando tu traz uma pessoa nova, então isso é do mundo, né, a celebridade e tal. Mas eu acho que tem autores que já estão escrevendo há tanto tempo, fazem oficinas e coisa, sabe, e é uma batalha tão grande que o talento deles precisa pelo menos ser checado. Então é isso, meu sonho é assim um autor que a gente bote no mercado e ele estoure né, e aí as editoras todas vêm pra cima.

Ah, legal, eu nunca tinha ouvido falar deste tipo...Eu já tinha ouvido falar por exemplo: o autor paga por todo o processo, a editora faz o serviço e aí depois dá ao autor um número de exemplares para vender, enfim. Não tem essa...

Eu acho, eu já soube de muitas, mas nunca gostei de nenhuma. Então eu comecei a criar essa forma. E ela veio se modificando e agora ela está assim como tu tá vendo. Então assim o livro na verdade eu disse...por exemplo vou dar um exemplo "O Tuiatã", que é a história da família Simões Lopes antes do Simões Lopes [Neto], ele não aparece no livro, ele está no final, era recém gurizinho [criança] quando termina o livro e antes dele tem um eito que as pessoas desconhecem, e é linda a história, é fantástica, começa lá em Minas [Gerais], quando um dragão português, dragão oficial português, vem com o cavalo árabe, vem com um batalhão pelo navio porque dá um problema em Minas, o ouro precisa ser carimbado e o reino tá perdendo ouro na carapinha dos escravos, enfim, uma loucura, e eles mandam uma tropa de dragões oficiais e cavalos árabes - o brasileiro nunca tinha visto um cavalo daquele tipo e eles descem em Minas no meio de não sei o quê, e Portugal naquela época estava expulsando os ciganos, "saíam daqui, povo podre não sei quê, ciganos vão embora" e foram adivinha, pro mesmo lugar, dragões e os ciganos. Não é que um dragão se apaixona por uma cigana? E ele não pode, ele vai preso, ele vai pra cadeia entendeu, e ela tem que se esconder a vida inteira, e ele vem descendo pro Rio Grande do Sul pra se esconder, vem descendo, vem descendo, vem descendo... e vem parar aqui no fim do mundo. Então é muito bacana. E aí esse livro eu fiz compartilhado, evidentemente,

porque o livro é desse tamanho [grande], é lindo, nossa, nem sei por que não tenho ele aqui. E aí eu nunca poderia ter feito esse livro. E aí eu compartilhei esse livro e agora os meus acabaram. Claro, isso sempre acontece, os meus acabam. E aí eu tô na pauleira todo mês [na correria], tenho que ir lá buscar livros com ela [a autora] e ela feliz da vida. Porque o que que acontece? O livro só tá guardado lá, porque livro guardado ele pesa pra editora, no custo, logística, então na verdade o que acontece, é quase como se eles estivessem guardando os nossos livros.

Cada autor seria responsável pelo depósito, vamos dizer assim.

É, ele deposita lá e fica com ele lá. Não quer dizer que...Ele pode fazer o que ele quiser com ele, ele pode fazer uma festinha, pode vender no bar, pode ah fazer qualquer coisa. Mas quando ele tá afim por exemplo "ah Clô eu quero estar lá em São Paulo na livraria Martins Fontes", aí - um desses me cobrou né - e aí nós pá! fomos lá, ligamos e tal, vai livros pra Martins Fontes. Entende? Isso tudo é uma coisa coletiva, né. "Ah eu quero que me inscrevam no Prêmio Oceanos de Portugal" - que a gente já tá agora inscrevendo direto, mas tá então vai, corremos. Entende? É uma coisa... que a gente não se afasta. E nunca sai...e entra no nosso catálogo, porque o que eu quero dizer com publicação cooperativada é que eu consigo manter o catálogo, porque eu conheço editoras quer dizer que fazem um catálogo para vender seu e aqueles que eles comercializam pros autores eles nem botam no catálogo, nem botam no site, coitado do autor, fica lá com aquele monte de livro sem nenhuma visibilidade, sem nada. Então não é assim que a gente trabalha, a gente trabalha com a mesma ênfase em todos os livros e eles têm que fazer parte do nosso catálogo. Se eles não forem dignos de ser, estar no nosso catálogo, a gente até pode fazer um serviço *editorial* pra ele, para ele ter o livro, mas nós não botamos a nossa marca. Isso acontece. Uma vez aqui ano passado, eu não quis botar minha marca e ele [o autor] disse "mas eu preciso" e eu disse "não, esse livro aqui não é da Libretos, não vai ser da Libretos, nunca vai ser da Libretos, se tu quer eu faço para ti o desenho editorial aqui e aí eu vou te vender design". Mas nunca...a ideia marcada da Libretos é quando ela faz parte de uma coisa...Eu tenho uma definição, não sei, quando tu chegar no final eu tenho uma definição que eu uso da Libretos que eu adoro.

Pode falar, pode falar.

Não, mas é que daí ela é tão boa que depois eu não vou conseguir dizer mais nada. [Risos].

[Risos]. Tá bem, é para encerrar então.

É.

Mas então vamos...só uma dúvida, então, Clô, mas não são todos os livros que vocês fazem desse jeito? Cooperativo?

Não... "Mel e Dendê" que foi um livro, esse ano, 2020, e tem outro que...em geral são aqueles de menor tamanho porque o problema é dinheiro mesmo, né. Então assim por exemplo "Mel e Dendê" nós criamos uma...isso é uma coisa bacana que a Libretos procura fazer né, eu não consegui ainda fazer mais selos, mas por exemplo os formatos diferentes. Por exemplo, o formato de bolso existe a Libretos Poche, e *poche* em francês quer dizer um bolsinho né, a pochete, *poche*, e então eu tenho esse Libretos Poche que é pequeno, de bolso, e tenho o Libretos Série Universidade, que é um livro maior. Porque a Série Universidade por exemplo que a gente criou...a gente entende que algumas teses por exemplo, alguns estudos, alguns ensaios, são tão contemporâneos, tão contributivos para algumas coisas, para a vida, enfim, que merecem. Só que tem aquele formato ensaio. Então criamos esse Libretos Universidade...Agora um sobre circo que temos aqui, a menina ganhou um Funarte [Fundação Nacional de Artes] de circo, eu trabalho muito também com pessoas que ganham prêmios por exemplo. Eu tenho, agora tô lançando o "Mosca", o "Perfumes e Moscas", ai eu tô falando dos livros e podia estar te mostrando...

Não, imagina, depois eu também olho no site.

Mas esse "Perfumes e Moscas" ele ganhou um prêmio de incentivo cultural em Bento Gonçalves [cidade do interior do Rio Grande do Sul]. Aí o autor veio conversar conosco. Aí o outro ganhou um prêmio Funarte que é "Circo" [livro: *Senhoras e senhores, com vocês: Albano Pereira, seus circos estáveis e o Magnífico Circo Praça - Porto Alegre e Rio Grande, 1875/1887*]. Aí veio conversar conosco. Porque o que ele promete nos editais é uma coisa muito cultural, muito contemporânea, né. E outra, que tem visibilidade. Porque a gente faz esses livros para o grande público, não faz esses livros para o cara entrar no concurso. A gente faz o livro pensando no grande público. Então é uma coisa bacana.

Ah, legal. E, Clô, a gente já entra nas perguntas mais "legais", mas só para entender então eu queria só saber qual a principal formação dos integrantes da editora,

quantas pessoas trabalham na editora e se vocês têm um escritório próprio. Bom, agora com a pandemia mudou tudo né.

Não, pra nós não mudou não, continua igual. Porque, assim ó, eu por exemplo, sou jornalista pela FAMECOS [Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUCRS], sou designer pela Ulbra [Universidade Luterana do Brasil] e sou licenciada em Artes Plásticas pela UFRGS [Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Agora me autodenomino editora, então eu fiz 60 anos em agosto agora, na pandemia, bom, em 98 eu abri a Libretos - Design Editorial. Então era eu e o design editorial. Eu não era uma editora. E aí eu encontrei, reencontrei o Rafael Guimaraens, em 95, e a gente na verdade tentou publicar aquele livrinho que eu te falei, andávamos pelas editoras procurando o livro, então a partir dali, 2001, eu fiz uma editora, quer dizer, coloquei mais uma atribuição, que da Libretos - Design Editorial, que ainda existe, tem a Libretos Editora. Isso tudo é a Libretos Comunicação Ltda, nós já somos um *corporation*.

Entendi.

E aí o Rafael é formado em jornalismo pela FAMECOS, trabalhou em veículos alternativos no CooJornal, e vários outros jornais, Diário do Sul, ele era editor...nossa, ele trabalhou em um monte de lugar, e aí ele me mostrou esse original e eu disse: "tu é um escritor!". E aí a gente inclusive casou. Então aí eu fiz a Libretos, a Libretos tem um R [no logo], é do Rafael. Então a outra pessoa...aí a gente trabalha nós dois, em edição, ele na edição eu no design, então a gente começou a fazer coisas e tal juntos, fizemos muitas coisas juntos, editamos, e a parte de logística, que é os programas, as partes de notas, administrativo etc. e tal é.. a gente sempre teve uma pessoa no apoio, assim, quando a Libretos começou a ficar um pouquinho maior. E aí agora hoje a gente tem essa pessoa, Andreia Ruivo, que é formada em história, trabalhou na Livraria Cultura por anos antes de vir trabalhar aqui, agora ela já está há oito anos aqui. Então eu até já ofereci sociedade para ela. Então ela manja de toda essa parte. E nós temos uma grande gama de colaboradores permanentes, mas que não são funcionários, que são terceirizados que é na área de digital, na área da informática, na área da assessoria de imprensa, na área da revisão, da biblioteconomia, da consultoria, do tratamento de imagem, do...nossa, tem um monte de terceirizado, um monte. E a gente não usa sempre o mesmo.

E vocês têm...desculpe interromper, mas vocês trabalham mais em casa, têm um escritório em casa ou...

É assim ó, desde 1985 eu tenho um apartamento. Aqui ele tem embaixo uma casa e em cima ele tem uma editora. Então desde 1996, quando a gente começou a fazer a Libretos, não foi em 96, foi em 98, a Libretos - Design Editorial, mas a gente desde 96 já mora junto e tal, e aí casamos depois em 2000 e pouco e então a editora sempre funcionou aqui. Então nós temos aqui um pequeno...não sei se dá para ver aqui, ali ó aquele armário ali embaixo tem todos os livros expostos, depois lá atrás tem uma sala de reunião, depois tem uma área de logística que tá atrás desse quadro, que é uma área de logística, empacotamento, não sei quê, e lá fora tem uma sala de reuniões lá na rua. E aqui tem duas torres de computadores e onde a Andreia Ruivo trabalha. Só que, veja bem, desde que ela entrou, há seis anos, ela trabalha remoto já. Antes.

Antes da pandemia. Ah, então já era essa dinâmica.

Então ela trabalha naquela torre ali. Ela agora, por exemplo, ela tá trabalhando ali, eu tô vendo a tela se mexendo, tá subindo o nosso catálogo inteiro pro novo site. Nós vamos apresentar um novo site na Feira do Livro [de Porto Alegre], então ela tá ali subindo o catálogo e aí quando ela recebe por exemplo, ela também cuida da parte corporativa de e-mails, porque eu só atendo a parte conceitual, e ela atende a parte de administração. O meu lado é editorial e ela é administração. Então ela recebe lá uma conta ela imprime, já faz a nota, já sai aqui nessa impressora, aí eu pego os livros daqui e faço...ali na logística, na salinha, faço os pacotes, aí vou ali no correio rapidinho e volto. Às vezes eu mando chamar porque tem muita coisa e...pronto, aí a gente vai trabalhando e aí eu consegui que a Libretos ficasse, permitisse, que o Rafael escrevesse com exclusividade para nós. Então ele tá publicando quase um romance histórico por ano. Ele para um já e começa a pesquisar o outro já. Então ele tem uma produção e agora a gente vai lançar um livro na Feira do Livro, dele, com a história de um romance histórico que se passa na exposição de 1945 aqui no Parque da Redenção, é um romance que tem uma fuga, mulheres que veem uns abusos de poder, enfim, o Dionélio Machado tá na história, o Érico Veríssimo tá na história.

Eu adorei que eu já conheci a editora, já deu para ver tudo.

É então é assim, é como eu te disse. E não temos atualmente, já faz uns cinco ou seis anos eu não tenho nem empregada. Então assim é a editora menor que nós, é impossível.

Faz tudo também. Na editora pequena uma pessoa faz várias coisas.

É, na verdade eu faço várias coisas, mas sempre assim, quais as minhas coisas né, é administração no sentido conceitual, é contato, é design, o resto eu terceirizo. Então a gente dá emprego... trabalho, não emprego. A gente dá trabalho para muitas pequenas empresas, muitas. Então essa palavra é a palavra da moda, a cooperação, porque sem cooperação não dá. E eu aprendi isso com toda a nossa vida de...porque eu quero te dizer assim que o meu, só pra tu entender, o meu trabalho aqui né...então assim há 35 anos eu trabalho no mercado editorial. Antes da Libretos eu já desenhei e editei livros na... [nomes de empresas] eu ajudei a criar e produzir as modificações contemporâneas da Revista Manhã, da Revista Aplauso, nós criamos a Revista Aplauso eu e o Rafa, design e texto, antes de fazer a Libretos. E a gente já tinha recebido alguns prêmios. Então depois que eu virei editora, que foi em 2001, eu entre no Clube dos Editores, por exemplo, e aí durante três gestões eu trabalhei direto lá, aprendi horrores de coisa. E coordenei as três edições da Festa da Leitura, então eu tenho essa coisa da cooperação. Eles diziam assim "ó, só tem cinco mil reais". Como que eu vou fazer a Festa da Leitura com cinco mil reais no Mercado Público? Então eu tinha que pedir à Prefeitura, pedir não sei quê...Cooperação, cooperação. Eu fazia um painel assim e colocava vinte logomarcas, todo mundo cooperava pela logomarca, e aí saiu na imprensa, foi uma loucura, primeira Festa da Leitura no Mercado Público. Aí nós conseguimos fazer a segunda Festa da Leitura na Usina do Gasômetro, que foi uma loucura, e esse aí foi com dez mil reais, que é uma coisa absurda, tinha até *foodtruck*...era uma feira do interior assim. E aí a gente foi reduzindo essa coisa, das prefeituras não nos ouvirem, aí a gente fez a terceira bem simplesinha na Ulbra que era o apoio que a gente conseguiu e parou lá.

Isso é interessante de perguntar inclusive, porque uma das minhas perguntas é se vocês fazem parcerias com outras editoras independentes, já que estamos falando de cooperação, quais tipos de parcerias?

Claro, esse ano eu vou lançar um HQ [livro de histórias em quadrinho, banda desenhada], e eu já tenho HQ no meu catálogo, três eu acho, mas com a editora Physalis e essa editora ela queria uma parceria agora, porque essa coisa da cooperação é tu dividir custos na verdade - e trabalho! E botar as duas marcas juntas para elas andarem juntas. É exatamente o que fazemos com os autores, só que a coedição com a editora vem junto com a questão de comércio e divulgação que é melhor ainda. Então a gente fez uma cooperação, uma coedição, agora.

E aí o que que aconteceu, porque 2019 foi tão maravilhoso, também, porque a gente começou a descobrir...descobrimos as feiras de rua há dois anos, dois ou três anos atrás, e a gente é praticamente a única editora que vai nas feiras de rua, então em todas as feiras de rua eu estou, "Tô na Rua", a "Casa de Cultura Mário Quintana", feira lá da rua do não sei quê, fecharam a rua: vamos! Amigo de não sei quem, vamos. Academia do não sei o quê, quer fazer artesanato e livro, vamos! Então nós estávamos em todas as feiras de rua, todas. Ali no Caminho dos Jacarandás em porto Alegre, estávamos nós ali. Então nós fizemos todas. Então nós já tínhamos até o kit feira de rua, e eu me divertia horrores, porque eu adorava falar dos livros. E era eu mesma. E eu tenho um sócio, que aliás ele só tem cinco por cento de participação na Libretos, ele é fotógrafo, então ele também coopera, trabalha...e aí ele ia comigo e a gente fazia as feiras de rua só nós dois. Carregava as caixas, vendia, pegava as coisas. Agora eu quero dizer que com a pandemia a gente conseguiu até se inscrever como espaço cultural que foi prejudicado, porque antes fazíamos um monte de feira de rua, vendia, vendia, vendia, e aí de repente a gente não pode mais vender, e só tem o site para vender. Então agora a gente tá mudando o site, claro né, não vamos...vamos fazer uma coisa bacana. Mas o que eu quero dizer é que a gente perdeu o público, então a gente conseguiu entrar no cadastro até porque a gente sempre fez [feiras]. Então temos uma série de características diferentes. Acho que tu é que deve dizer mais do que eu porque tu entrevistou as outras.

É, eu estou achando muitas ideias diferentes. O legal é que a editora de vocês já têm uma história, já tem mais tempo, então é legal ver essa consistência.

Áudio livro a gente já publicou, livro com CD, publicou livro colorido infantil, nós temos crônicas, nós temos a Série Universidade, nós temos biografias, nós temos romances históricos, só ficção também, contos e poesia. Temos muita poesia porque os poetas eles se contentam assim a fazer por exemplo 300 exemplares, e isso é maravilhoso porque a gente faz os Poche.

Como o do Eduardo Guimaraens, certo? Que é menorzinho.

É, o "Poemas", ai que lindo aquilo ali. Então tem uma parceria com o Goethe Institute e tenho várias coisas em alemão. Eu tenho "Rhinocerus" que é fantástico, ele tá ali também, mas enfim, é a história do Rhino, sabe o Rhino do...Não, eu vou pegar para te mostrar.

Mostra.

O Rhino...Pra tu ver o tipo de coisa que a gente faz porque tu tem que entender o nicho. Esse aqui é Babá [mostra o livro: *Babá: esse depravado negro que amou*, de Jandiro Adriano Koch]. O que tá escrito? Esse depravado negro que amou. Esse cara aqui é um negro, esse aqui, que ele se suicidou no Rio de Janeiro em 1889, e ele se suicidou de amor, ele era um amor não correspondido, ele é um gay, então essa pesquisa em literatura é LGBT. Então esse cara que escreveu é a Jandiro, ele não é uma mulher, é um homem, ele é lindo e ele tá na *live* se tu quiser ver, ele tá na...é tanta coisa...[Risos] a nossa série...A gente resolveu fazer a Sala Libretos. É um programa ao vivo de 15 em 15 dias que já está na sétima edição. A sexta edição foi com o Jan [Jandiro], que escreveu esse [mostra] e escreveu o "Crush" [livro: *O Crush de Álvares de Azevedo*]. Por que o *crush*...sabe o que é *crush* [uma paixão]?

Aham.

Então, o *crush* de Álvares de Azevedo, Álvares de Azevedo é um poeta, e ele tem um *crush* com um cara, um gaúcho e esse cara era um político e eles tiveram um rolo. E aí ele descreveu um poema de Álvares de Azevedo que é para ser para as mulheres, e não é para as mulheres, é para ele, pro *crush*.

Nossa, e a gente não fica sabendo desses detalhes.

Não, e esse cara...Não sabemos desses detalhes porque nunca foi publicado! É o que eu digo, a história que a gente procura publicar é uma história que nunca foi publicada. Por exemplo, esse cara é do Vale do Taquari, ele usa um cabelo branco, crespinho, e ele é...às vezes ele fala "ele", às vezes "ela", ele não tem...ele não é binário, então não dá para dizer que é mulher ou homem...ele é lindo, parece um anjo. E aí ele fez essas pesquisas e ele fez história, fez um mestrado de história tal e tal, e ele fez letras também e literatura e estuda e pesquisa. E aí ele descobre essas coisas. Esse aqui por exemplo um poeta lá do Rio de Janeiro, que era gaúcho...ai eu não vou contar tudo porque se não vai demorar muito.

[Risos] Mas estou adorando.

E esse aqui...olha o "Rhino" [mostra o livro].

Que lindo!

Ele abre e aí tem a continuação aqui atrás, com o patrocínio aqui ó Goethe - Libretos. Então a gente assina atrás e a gente fica com esse livro maravilhoso. E aqui como pode ver na lombada, ele é branco, as páginas amarelas são ensaios e as brancas são coloridas e é feito em duas línguas. Isso aqui é ótimo porque o...quem desenhou esse Rhino pela primeira vez na história foi Albrecht Dürer, e ele fez uma gravura em 1515...1515? Ou 1915. Será? Agora vou ter que olhar aqui. 1515, claro. E aí ele fez uma gravura, ele nunca tinha visto um rinoceronte, e essa gravura é até que tu já está na cabeça com ela, que é a gravura mais reproduzida no mundo, em todo o universo, essa gravura. E aí de 1515 pra 2015 estava fazendo 500 anos da gravura, e o Goethe [Instituto], porque o homem é alemão, resolveu fazer uma publicação e uma exposição e um seminário, um monte de gente internacional, e aí claro que a gente entrou na parceria. Eles nos convidaram. Por que nos convidaram? Porque já conheciam, nós fizemos outras coisas com eles, capa dura e tal. Então a gente vai fazendo esse catálogo, e é isso.

Adorei, e aproveitando, como a maioria dos autores chega...como vocês decidem publicar um livro? Na maioria são os autores que chegam até vocês...?

Não. É, os autores que chegam, mas às vezes não sabemos nem quem são. E já pedimos o esquema, para ver se tem jogo [para ver se vão trabalhar juntos, se vale a pena]. Porque se já vem assim "quanto é" [para publicar o livro]? Já digo "não, infelizmente não faremos". Mas se diz assim "olha, tenho uma pesquisa histórica, não sei quê, ou eu tenho uma novelinha, como chegou um guri [rapaz] aqui, coisa mais querida, "tenho uma novelinha". A novelinha dele está sendo agora publicada, olha aqui, eu tenho uma cópia pequena agora dela, olha que graça.

Eu fiz uma pequena edição pra mim, pequeninha, e essa é a novelinha que o cara tinha. Novelinha...e aí eu disse "novelinha, meu amigo!", olha ali, praia, a história se passa na praia, e aí tem um mapa, Xangri-Lá, Rainha do Mar, e eles vão de bicicleta de uma praia à outra fora de temporada, esse é o sonho de consumo de qualquer adolescente, ir pra praia, fora de temporada, quando o pai e a mãe não estão, no inverninho, por favor! Não tem outra coisa melhor. E isso não é contado em lugar nenhum porque essa praia nossa aqui não tem em lugar nenhum. Não tem nem em Santa Catarina, que é muito melhor. Então, que que eu vou te dizer, né. O que tu perguntou sobre isso?

[Risos]. Então os autores mandam e-mail com os originais, tem alguma seção específica para isso?

Não, eles procuram às vezes pelo nosso site. Mandam "ai eu quero publicar", e às vezes eles mandam cartinhas que eles mandam para todas as outras editoras, e às vezes é uma pessoa indicada, "ah, conheço fulano", ou essas empresas. Muita gente de universidade vem e gosta. Eu tenho sete livros da universidade...de poesia também vem bastante, mas poesia como é que eu vou dizer, como que a gente escolhe é dentro daquela característica que eu te falei. Isso é uma coisa relevante. Eu tenho duas...um poeta maravilhoso que fez duas vezes, comigo, com *podcast* os dois. Então dá para ouvir a poesia, tem QR code os livros e tu pode ouvir e ler ao mesmo tempo. E agora eu tenho com esse premiado de Bento Gonçalves são contos muito bacanas. E eu consegui um comentário do Tabajara Ruas [escritor], assim, conversando sobre o livro, e o desse "Nossos Sonhos" a Luisa Geisler [escritora] deu uma pitadinha. Só para ver né, porque as pessoas não acreditam, né, se eu não digo que é [bom]...Quem sou eu para dizer, né? Se eu não pergunto pra outra pessoa...E é bacana. A gente por exemplo, a Katia Suman [jornalista local], vamos falar agora de oportunidades que eu não consigo pegar. Por exemplo a Katia Suman veio pra nós primeiro, me chamou no Sarau [Elétrico / evento local], várias vezes, com vários autores, vários autores nossos, e ela tem uma paixão pela Libretos, e daí ela disse "eu me identifico com a Libretos", eu disse "ah, mas eu tenho só essa forma de cooperar, não tenho como resolver", e ela disse "ah, mas eu não tenho um tostão!" e tentou fazer Catarse [*crowdfunding*] e não deu, eu disse "ai meu Deus mas não vai dar". Daí não deu, pronto, não vai dar. Daí ela disse "tá como é que eu faço?", daí eu cheguei e disse que tem essa [editora] Besouro Box, que eles investem, tu vai te dar muito bem. E daí ela foi e bombou, e saiu na Feira do Livro não sei de onde, e tal, então algumas coisas eu não tenho como fazer.

Para seguir, justamente, essa linha editorial?

Não, a linha editorial fechava. Não é uma questão, tá ótimo, eu queria publicar, o que eu não tinha era dinheiro, lembra, que eu te falei, que a gente não tinha dinheiro pra imprimir, a gente dá até o PDF, às vezes. Mas não tem a grana pra imprimir. Esse "Poemas", do Eduardo Guimaraens, a gente contribuiu até o PDF, mas dali em diante a gente não tinha como. Entendeu? Essa grana que vem da venda do livro, que deveria voltar pra gráfica... a gente tem distribuição, nós fazemos distribuição, nós entregamos nas livrarias diretamente, nós temos distribuidora nacional, nós trabalhamos com o mercado editorial no Marketplace, fazemos tudo o que as outras editorias fazem, mas a gente não consegue o retorno, eu não sei, o capital às vezes é investido pelos sócios, por exemplo.

Tem que tomar esse risco, vamos dizer assim.

É, eu tenho certeza que numa empresa maior que a editora não consegue se completar, eu tenho certeza que tem investimento de sócios, né, então não temos isso. Então o que eu quis dizer com a Kátia, eu quis dizer que eu queria sim publicar, que nós fizemos uma ideia, que nós temos o conteúdo, que nos reunimos, que queríamos fazer, mas que no final, nessa forma cooperativada, ela não poderia cumprir com uma parte. Então ela foi pra uma editora que pudesse bancar. E foi muito bem. Editora maravilhosa, muito bem diagramado, super bem. Então a gente perde algumas oportunidades às vezes por essa falta de capital, então se a gente conseguisse uma gestão que desse essa folga de lucro, que a gente não sabe o que é isso, aí talvez a gente consiga. Nós temos álbuns fantásticos, que eu tenho certeza...que as pessoas pedem até hoje, entende.

E Clô, que mal pergunte, vocês conseguem viver hoje da editora?

A editora vive da editora.

Ou vocês têm outros trabalhos paralelos?

Não, não, da editora, nós dois. O Rafael tem uma assessoria que ele faz para o Henrique Fontana [político] há anos lá em Brasília, mas é só.

Praticamente é a editora?

Os cachês da editora...Claro, que agora a gente é aposentado, a nossa vida...porque a gente na editora sempre foi funcionário, né. Então a gente se aposentou agora, bacana, tamo aposentados, nós dois, só que aí a gente usa essa grana de aposentadoria para viver, nós, e não na editora. Então assim o que é da editora...e aliás ele tem uma empresa porque ele [Rafael Guimaraens]...uma hora nós tivemos que nos separar [empresa e escritor] porque não pode...nos trabalhos incentivados tu não pode passar um certo percentual de todo mundo no mesmo barco, eu tenho que fazer outras empresas, então ele por exemplo, ele tem a própria empresa individual, microempresa, para ele receber o seu cachê, digamos assim, e a Libretos tem a vida própria. A gente consegue sobreviver da editora. Mas a gente não assume dívidas! É isso que é importante, a gente consegue pagar todos os nossos colaboradores, toda nossa empresa, mas a gente não assume dívidas inteiras de gráficas, que é um horror, isso aí enterra qualquer empresa. E as empresa tão fazendo empréstimos no BNDES [Banco Nacional do Desenvolvimento] para pagar em 40 vezes,

sei lá eu quantas vezes, fica lá por gerações, entende, então a cooperação é muito importante, a pré-venda, o Catarse, a cooperação agora por exemplo dos consumidores de Internet que tem que nos divulgar, que tem que nos falar, isso aí é fundamental pra gente sobreviver, né. Nós estamos botando todas as nossas fichas na rede social e na assessoria de imprensa agora. Nós não estamos nem pensando no que o marketing chama de conversão, que é a venda, nós estamos pensando na capilaridade, no conhecimento, a pessoa tem que saber o que é, porque depois que elas souberem quem é a Libretos, elas [as pessoas] vendo os produtos, isso aí vai [adiante]. Mas até elas saberem quem é, é muito importante, e tu aí, por exemplo, faz um papel bárbaro, porque tu divulga nossa editora no meio e é muito bom.

O que é ser uma editora independente para vocês e por que vocês se consideram independentes? Pergunta difícil...

Não, não é difícil, não. Eu tenho uma resposta pra isso conceitual.

Ótimo, é isso aí.

Eu tenho uma resposta conceitual, é assim ó. É que a gente juntou, a gente usou conceitos de *terroir*, sabe o que é *terroir*?

Não sei!

Terroir é uma linguagem que vem do vinho. O conceito de produção de vinhos, que é um lugar, né, que não é só o lugar, é tudo que está naquele lugar, é o tempo, por isso que diz assim "ah, tem notas de flores silvestres", é porque no *terroir* daquela uva, no terreiro, no território daquela uva, eles têm plantas silvestres, têm...bate um vento.

Aquela condição muito, muito específica.

Aquela condição...e outra, tem uma cultura assim e assado. As pessoas comem sei lá salame da serra, e aí não sei quê, e a lenha eles queimam dum jeito e aí a história deles...Então *terroir* é uma coisa muito densa, é quase a modernidade líquida do Bauman [Zygmunt Bauman]. Então assim a nossa marca a gente diz o seguinte, que a característica da marca Libretos é essa força de *terroir* cultural. É assim ó, eu tenho até por escrito se tu quiser. Eu vou te mandar esses arquivos aqui que eu tenho: "Aproveitando conceitos básicos da produção de vinhos, pode-se dizer que a existência da Libretos significa a relação mais íntima entre conhecimento e o micro clima particular que concebe o

nascimento de um livro que expressa livremente a sua qualidade, tipicidade e identidade, sem que ninguém consiga explicar por quê”. Entendeu?

Adorei, aham.

É porque isso, tá até em itálico aqui, isso vem de um conceito de vinho, porque o vinho tal...por que que você acha que o seu vinho tem uma própria identidade, o que é teu? Por exemplo, vinho é vinho, por que o teu vinho tem mais identidade ou outra identidade ou uma identidade própria e única? Aí eles têm essa explicação cheia de coisas de vinho, e nós pegamos essa mesma explicação e usamos a tipicidade, por exemplo, a qualidade, e a identidade né, do livro, quando ele nasce, aí é que também quero dizer, porque nasce uma ideia. A pessoa me apresenta um original, e ou nasce ou não nasce. Então nasce...aproveitando esses conceitos do vinho, é uma relação íntima entre conhecimento, cultural e o micro clima particular. Eu posso assim, eu tô editando por exemplo uma pessoa que é da Bahia, mas ela já passou por aqui, viveu um tempo por aqui, e quando ela fala lá da Bahia, ela fala de uma coisa que ela morre de saudade de caminhar no chão molhado de Porto Alegre cheio de planta, escorregadio, mas ela mora quase lá no sertão, então ela fala desse sertão e fala dessa saudade, então a gente tem essa coisa assim né. Então não quer dizer que eu vá publicar sempre [autores locais]...eu publiquei agora por exemplo um cara que mora na França, e ele teve uma história no Rio Grande do Sul, também, mas mora lá, é contemporâneo, e essa raiz ela vai junto. Então, por exemplo, tu aí em Portugal, daqui a pouco tu tem um site e daí tu junta Guimarães, ou outra cidade, tem um *insight*, mas tu nunca vai perder o teu microclima lá naquela ponta, a saudade da praia, o frio, quando tá frio tá com saudade do verão, quando tá calor tá com saudade do inverno.

O mar de "chocolate".

O mar de chocolate, aquela areia suja, aquela coisa, aquela areia reta.

Aham, que pode caminhar para sempre...

É, e até a muvuca [agito, multidão], tem saudades daquela muvuca lá da praia. E é um lugar que só tem aqui, tu vê, vai pra outro lugar e é praia branca, ou a praia isso aqui, praia planta, entendeu, então é uma coisa de identidade e microclima. Então é a relação mais íntima entre micro clima particular, concebe o nascimento de um livro que expressa

livremente a sua qualidade, tipicidade e identidade, sem que ninguém consiga explicar por quê. Não tem muita explicação.

Sim. E com essa ideia de independente, o que diria em relação ao independente?

O independente, é a cultura de massas que a gente não se rende. Tu quer um exemplo? Eu vou te dar esse exemplo, mas peço que não...eu não vou dar o nome da editora. Nós estávamos em uma palestrinha três editores, eu e mais dois editores, e eu disse que eu fiz aquele livro "Esquina Maldita", que veio com o Funproarte [fundo público de apoio à cultura], é isso que eu digo, o livro já vem premiado, e a gente entra às vezes na competição junto com o autor. E esse a gente entrou junto. Aí a gente fez 1.000 exemplares, em 15 dias nós vendemos tudo numa feira do livro, tudo tudo. Mil exemplares, imagina, e sobre a esquina maldita. E nós vendemos 1.000 exemplares e não temos mais o livro e eu tô louca pra fazer de novo e eu não tenho dinheiro para reimprimir. Eu tenho um monte, acho que eu tenho um catálogo de 50 livros que eu gostaria de reimprimir e não tenho condição. E aí, essa outra editora que tava participando, uma era média, a outra maiorzinha, gaúchas todas, e essa editora disse "nossa, mas eu nem faria o primeiro". Eu disse "mas por que não faria?", "porque se eu sei que vai vender 1.000 exemplares eu não faço, porque pra mim, [um] livro que vem...eu tenho que já pensar que vai vender 10.000 exemplares". E daí onde que ele [o livro] cai? Ele cai numa cultura de massas...maior, e não quer dizer que ele não seja independente, né, mas ele depende da celebridade. Ele depende da celebridade. Ele diz que ele só edita celebridade, ele depende da celebridade, de escrever, daqui a pouco a celebridade perde o emprego e aí ele não tem mais como divulgar, né, e claro faz outras apostas, e aí eu disse "nossa, então eu quer dizer que com 2.000 exemplares esgotadíssimos, desejadíssimos e louca pra imprimir mais, tu acha que eu tô numa estratégia errada?", ele disse "claro". Bom, então assim pra mim eu vejo isso como um case de sucesso, de satisfação pessoal, de realização, de missão, porque 2.000 pessoas, pelo menos, vão ter aquela história contada, porque essa história vai desaparecer, é o Nei Lisboa na esquina maldita e a Nega Lu, que fizemos uma edição, também esgotada, então assim, olha quanta coisa nós estamos perdendo, é o Caio Fernando Abreu, que eu tenho aqui "A Visão Astrológica", do Caio, então...sabe, são pensamentos diferentes.

Então o independente, que tu diz, é que assim, de que que eu dependo? Me explica, agora que nem as livrarias tão vendendo mais, né, eu diria: eu dependo, se eu tivesse custos como eu tinha no início da editora e que eu mudei a gestão, eu sim estaria dependendo do

consumidor. E dependo do consumidor. Mas eu dependo agora muito mais da relação emotiva e emocional do consumidor, do engajamento do consumidor e isso só se dá se eu sou autêntica, porque se não o consumidor é, espero, ele sabe...ele [pensa] "ah eu vou comprar porque isso é bacaninha, mas depois eu vou botar fora". Então, aquele que compra [e pensa] "ah isso aqui eu vou comprar porque vai ser bom pra quando meu filho, que tem dois anos, estiver na universidade". Então, é uma coisa mais duradoura, me parece. É assim, o independente é de quem tu depende? Claro que uma editora bacana que edita e tem capital depende do quê? Da venda, da divulgação, e ela é independente. É assim, a pessoa é independente quando tem menos amarras com algumas coisas que podem mudar a editora. Alguma coisa pode nos mudar agora? Se vender muito e a gente não conseguir atender a gente vai ter que mudar, mas...e não assumindo dívidas tu assume pelo menos uma sobrevivência né. E tu mantendo uma coerência de catálogo pelo menos tu mantém uma coerência profissional e nós somos coerentes com o nosso início. *Ainda*, eu digo, porque nunca se sabe né. Todo mundo diz "ah, todo mundo tem seu preço", então eu digo "olha, então ainda não me pagaram o suficiente" [risos].

[Risos]. Então, Clô, hoje em dia, 2020, pensando assim, ou até lá atrás, quando abriram, por que abrir uma editora?

Por isso, pela falta de conhecimento...vou até pegar um textinho que eu tenho aqui, que eu posso te mandar, que é: no início, a gente procurava, a gente era muito inquieto, procurava, por exemplo, informação do que tava na nossa roda, e não tem essa informação. E era relevante pra nós. O movimento estudantil. Nós fizemos parte do movimento estudantil, e nunca nós encontramos na história do movimento estudantil como nós vivemos. Nunca. Procuramos, pesquisamos, estávamos todos na universidade, fazendo sociologia não sei quê lá e nada. Daí fizemos um livro que já está esgotado e que não existe mais.

Então para preencher, vamos dizer, uma lacuna?

Para preencher uma lacuna que é aquilo tudo que tem no *terroir*, né. A lacuna de conhecimento, lacuna de identidade, lacuna de qualidade, às vezes. E a gente percebe assim, que nós já temos 20 anos, mas editoras que têm menos de dez anos elas vêm também nessa mesma batida né, só que a gente vem de uma outra época em que tudo isso era possível, agora não sei bem. Se as que nascem já podem nascer com essa... Talvez ao nascer já defendem por exemplo quanto mais abobrinha melhor porque é o que tá rolando.

E o que é engraçado, os memes, não sei quê, não sei. Talvez. Não sei. E claro, outras pessoas vêm com muito conceito, muita cultura, muita...não tô desfazendo ninguém né. Tô falando de nós.

E também falando assim na questão poética de por que editar livros né, a questão poética. Tem um poeta que eu...cadê ele aqui, o Cândido Rolim, o cara não é conhecido, mas ele tem umas frases que eu...eu vi conheci ele no programa [canal do Youtube] “Um Bando de Gente”, do Ricardo Silvestrin, e eu acho que ele não é gaúcho não, um poeta que tá agora na 17ª edição agora na pandemia. Ele diz assim, por exemplo se tu for assim [pensar] por que editar, uma editora né? Então assim: "um pensamento, por mais que a gente deseje se livrar dele, até para ser descartado ele tem que ser pensado". Então fazer uma editora, de tanto que tu pensa: “tem que ter uma alternativa”, é só fazendo. Depois assim ó, o pensamento, ou essa coisa, essa pulsão, porque em arte, quem faz arte é por pulsão, não é a vontade nem objetivo nem nada, faz por pulsão, uma coisa que tem uma necessidade. Então o pensamento por exemplo, ele diz, é quase como uma "fatalidade, em termos de poesia e produção verbal, um poema se faz com palavras, além das ideias". Então, um livro, por exemplo, ele é uma pulsão, é quase uma fatalidade, então ele tem poesia, que é a estética toda, e tem a produção verbal, e ele se faz com palavras, mas também com ideias e trabalho, né, então a gente...

E outra coisa, 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, "quando uma imagem nos atinge, quando uma combinação verbal nos atinge, o pensamento a princípio, sem querer ser mecanicista, é imediatamente ativado". Então a gente fica com aquilo, precisamos fazer alguma coisa. E aí no final ele brinca, depois de dizer tudo isso, brinca assim, que é aquela clássica pergunta: "o que o autor mesmo quer dizer?". Então é bem legal. Eu tenho todos esses textos aqui. 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... só eu pra saber isso?".

Exato, todo mundo precisa ler isso.

Ontem chegou um texto aqui que eu disse: meu Deus do céu, pelo amor de Deus, esse guri tem que dar um jeito, ganhar na loteria, para eu poder, porque o guri era o seguinte, começou dizendo assim que resumindo a história ele ouvia lendo, e o cara era surdo, porque ele lê, daí ele ouve, porque ele aprendeu a ler, então ele ouve. Ele lê e ouve dentro da cabeça dele, mas ele não ouve fora. Então quando ele entra numa biblioteca ele diz

que é um barulhão, é um barulhão ensurdecedor para ele, então é uma ideia fantástica. Tem 27 anos e dizia ah não tenho certeza se quero escrever...Como assim?

E agora com essa coisa digital o livro vai, a área digital...eu tenho um texto aqui porque tu não me perguntou sobre o futuro, porque todo mundo pergunta, eu vou abrir aqui o texto do futuro. Alguém me perguntou se depois da pandemia se ia continuar a mesma coisa e tal e eu respondi que a forma de acessar o conhecimento nunca mais vai ser a mesma, porque essa mudança para a via digital, de acesso, não de que acabou o livro, não, de acesso ao conhecimento, pode divulgar ali obras e tal, por isso que eu digo, a hora é de divulgar as coisas nos seus conceitos para depois as pessoas procurarem os livros, porque não se vai fazer conversão, por exemplo agora a feira digital de Porto Alegre vai ser muito bom para as pessoas pesquisarem conhecimentos e meio que se identificarem, depois que ela vai pensar em converter, o que não era na Feira do Livro que é imediato, tu está ali, converte aquela ação em conhecimento e pega aquilo e leva pra casa e compra. E agora não, tu entra, ouve, depende, vamos ver, quem sabe...E a oferta é muito grande, digital, então essa coisa das ideias digitais vai ficar...*podcast*, direto, subiu, subiu, subiu.

Áudio livro também, cresceu muito.

É, os livros em formato digital vai ser uma obrigação do editor, não tem mais como não fazer. Nós temos seis ou sete livros atualmente nossos em *epub* e já estamos subindo para uma plataforma do *Bookwire* que administra isso, só que a gente tem que entrar em um acordo com o autor para ver se nessa cooperação cabe a cooperação de mais esse custo, então precisa ver se vale a pena ou não. Mas por exemplo nossos livros do Rafael Guimaraens que é meu marido, hoje é o nosso mais vendido porque ele começou escrevendo e ele é muito bem aceito no mercado, os livros dele por exemplo a gente investe inteiro e investe em *epub* sim, porque o dele é retorno imediato, os livros dele esgotam em cinco anos esgota tudo, quando muito em menos, e a gente já está com várias reimpressões, então com esse aí eu não me preocupo.

E vocês usam canais tipo Amazon?

Sim, a gente não tem como não - porque algumas editoras são resistentes a isso - mas nós não somos dependentes da Amazon. A gente atende a Amazon, entende botar a Amazon no nosso catálogo, sei que ela é nociva e destruidora, e que não poderia, que não deveria, mas os autores exigem isso. Eles perguntam "ah por que eu não tô lá?, meu amigo mora

sei lá onde e ele quer comprar lá e tal" e aí eu digo "não, então vamos lá e vamos colocar". Porque o nosso negócio é produzir conteúdo relevante, e claro, colocar ele na medida do possível sempre em todos os canais então a gente não tem essa coisa com a Amazon porque enfim, é mais uma forma de divulgação.

Estava falando sobre o digital, qual diria que é o principal canal de vendas hoje da editora, se é online ou nas livrarias...?

Não, nossos livros físicos são vendidos, a maior parte era em feiras, vendia muito em feiras, muito, e depois em livrarias, né, e depois nosso site. Agora tá virando um pouco. E nas plataformas a gente trabalhava antes só com a Amazon e agora com a Bookwire, onde ela vai fazer a distribuição para outras plataformas, mas isso aí não está contando ainda. E temos também as livrarias e nosso site agora tá invertendo um pouco a questão das livrarias, tá batendo, se aproximando, o que não era normal. Então, o site tá sendo modificado até porque ele é muito antigo, não rodava nos celulares, então ele tá sendo modificado. E agora a gente vai para Instagram, já tá né, mas a gente tá vendo que dá para vender livro no próprio Instagram, no próprio Facebook, mas tem que subir cada livro. Nós temos 100 títulos ativos, então tem que subir 100 edições... Às vezes pode conversar uma plataforma com a outra. E essa coisa aí que é o futuro do livro no sentido acesso. Não a produção de livros, a produção de livros eu acredito que vai continuar sendo assim como a gente faz, por exemplo, nem que seja pra suporte digital, mas vai continuar sendo a mesma coisa. Mas o acesso vai mudar, então tu vai deixar de comprar numa livraria, vai deixar de comprar num site como o meu porque ou tu vai comprar direto no Instagram ou tu vai comprar direto no Facebook. O Facebook tá se transformando numa loja, ele quase não é mais comunicação, e o Instagram tá indo por esse caminho, ainda é muita integração de comunicação, mas eles vão... é que nem TV aberta, a TV no início era tudo de graça, e agora não tem nada de graça, então o Instagram é o mesmo caminho. A gente tá indo... enquanto tá abrindo, tá tudo bem, vamos botando informação e tal, mas só que ali tu também já pode ir colocando o teu catálogo porque vai fechar. E vai fechar pra quem tá pago. E o Facebook a mesma coisa. E o WhatsApp tá indo por esse caminho mais lentamente, mas tá. Porque ali agora já tem o WhatsBusiness e tu põe o teu catálogo ali dentro também e tu vende por WhatsApp. Tu tem o WhatsApp e tu tem o teu catálogo de livros dentro do WhatsApp. E tu compra direto ali.

Não sabia.

É, é impressionante, se chama WhatsBusiness. E a gente até já tem como comunicação com o leitor, por exemplo, na Feira do Livro, ele tá na rua, ele pega lá...acontece que ele tem que se cadastrar no nosso Whats e aí é complicado porque hoje em dia com a questão do *fake news*, tem uma regra muito séria nos sites que tu não pode botar as pessoas no teu Whats assim. Tem que perguntar e ela tem que responder, se ela não responder ela não entra e não tem como colocar. Como um email marketing que tu compra. E agora eles já tão até vendendo listas de transmissão pro Facebook, vendendo listas de transmissão. Mas no Whats não pode fazer isso, já te bloqueia, se alguém te denuncia te bloqueia. Então eu acho que vai mudar no futuro mesmo é o mercado, essa regra de mercado, isso vai mudar o mercado.

Eu tenho aqui um texto assim..."editoras buscam se fortalecer..." e aí assim os autores que agora tem que fazer *live*, tem que participar, e a juventude já tava fazendo isso há mais tempo. Então eu acho que com essa juventude aí, vocês, que eu acho que vão mudar essa relação com as redes e com o mercado. Como é que tu vai acessar o que tu quer? Não vai mais ser andando na rua, olhando as livrarias, e tal, vai ser uma coisa...Só que tu tem que descobrir que nós, que somos aqui do *terroir* nosso, que a gente existe. Se tu não souber, tu não vai saber o que a gente tem para te oferecer, e gente não tá conseguindo se comunicar contigo. Então esse acerto com o digital...e tem muita empresa digital oferecendo serviço e daí essas empresas não falam a tua língua, sabe? Então é muito complicado, aqui por exemplo quem cuida da área digital é a Andreia [funcionária da editora], e ela já não fala a mesma língua que eu, quando eu posto alguma coisa e ela posta é diferente. Então isso também influencia na persona, e isso algumas empresas conseguem com algumas...por exemplo com algumas campanhas de marketing, ou tem agência há muito tempo, a agência já pegou o jeito, aí vai. Mas nós que nunca tivemos agência, nós temos que criar essa comunicação e ela tem que ser, primeiro, profissional, né, que é meio orgânica, ela vai acontecendo. Porque quando a gente contrata alguém essa pessoa não tá dentro, então quem tá com agência há mais tempo tem chance de se dar melhor agora porque...para falar com o mercado.

Para achar essa voz, vamos dizer assim?

Acharam já a voz, né, da empresa. Eu tô com duas assessorias de imprensa, diferentes estilos, e tô com assessoria de marketing digital, só para dizer o que é para fazer, nós estamos entupidas de trabalho eu e a Andreia porque as duas têm que cumprir de novo mais uma tarefa. Porque a editora pequena tem isso, ela vai recebendo uma tarefa aí

quando começou a gestão, quando começou a distribuição a entrar nós recebemos a incumbência da distribuição, não basta fazer mais o livro, ser editora, né, então a gente tem que fazer muita coisa. Então se a gente não cooperar entre si, não tem como.

Eu queria saber se tu está familiarizada com o conceito de bibliodiversidade e o que entende por bibliodiversidade.

Nossa, se eu tô familiarizada, nós nos formamos desse conceito. Quando a gente...nós somos a própria bibliodiversidade. A Libretos é a bibliodiversidade. Por quê? Porque quando por exemplo há um tempo atrás eu entrei na Feira do Livro eu...nós inventamos dentro da feira, a Libretos inventou dentro do estatuto da Feira do Livro, a meia banca. A meia banca. Porque nós não tínhamos estatura ainda para ter uma banca dentro da Feira do Livro, mas nós tínhamos a bibliodiversidade, então dentro desse argumento, em 2005, quando nós entramos na Feira do Livro de Porto Alegre nós inventamos a meia banca e o nosso argumento para aquele corpo de jurados e associados e conselheiros era provar que a nossa empresa trazia, pra feira, bibliodiversidade, porque tava naquele negócio do "Código Da Vinci", do vampiro...tava todo mundo na mesma batida. E nós desde que a gente se criou era exatamente com essa palavrinha. Qual é a palavrinha? É: não tem nada aqui que eu identifique comigo mesmo, é o *terroir* cultural. Então não tem marca de *terroir* cultural nesse lugar aqui, nessa feira do livro aqui não vai ter, na feira do livro não tinha nenhum livro sobre a Esquina Maldita [de Porto Alegre], nenhum livro sobre movimento estudantil, nenhum livro sobre Teatro de Arena, nenhum livro sobre Teatro de Equipe, nenhum livro sobre Mercado Público, não tinha...Então nós temos esse carimbo desde o nascimento. E a gente continua com essa coerência, graças a Deus. E outra coisa, diversidade, a gente viu na primeira, na meia banca, que vinham as pessoas negras e diziam "ah mas não tem nada...não tem e meu filho, não tem nada...", pronto, a gente viu: "meu Deus, o que nós estamos fazendo?". Aí, no ano seguinte, eu participei de uma série de reuniões no MinC [Ministério da Cultura] porque eu queria publicar um autor negro e não conhecia nenhum, nenhum me procurava, e aí eu procurei, participei de seminários, conheci e escolhi um. E fiz o livro com parceria com a Biblioteca do Rio de Janeiro, que eu mandei...naquela época existiam editais públicos que premiavam a diversidade, tinha uma Secretaria de Políticas Raciais muito atuante. E, aliás, ele era um Ministério, depois virou Secretaria, e depois desapareceu. E aí nós conseguimos fazer o edital, conseguimos fazer uma coedição com a Biblioteca do Rio de Janeiro, com a Fundação Nacional e fizemos metade metade. E depois naquele sistema de cooperação

nós participamos do "Sopapo Poético" [encontro de arte negra], na área da cultura negra também as poesias que a gente bancou, nós bancamos, porque os autores negros não têm como contribuir economicamente. E é muito importante...E agora acabei de comprar os direitos de uma história de infância de um cara maravilhoso que é quase o...comprei os direitos mas não tenho dinheiro para publicar mas comprei os direitos, pelo menos para ter os direitos.

Para garantir.

É, e esse autor tava precisando também porque agora na pandemia tava horrível também né para eles, enfim, e aí na questão do áudio livro também, com a questão da deficiência, então assim...do *podcast*, e livro com uma boa visibilidade de leitura também. Tu vê, a gente é a própria bibliodiversidade. Nós participamos das feiras de rua e as feiras de rua dizem assim: só editoras independentes e artistas locais. Então nós estamos dentro e completamente dentro desse conceito de bibliodiversidade.

E tem mais alguma questão que queira comentar...ou aquela frase que queria usar para fechar não sei se já usou.

Era do *terroir*.

Do *terroir*, ótimo.

Do *terroir*, é o conceito que a Libretos tem de fazer um livro que tem essa qualidade, tipicidade, identidade e na verdade ninguém sabe por que ele tem essa característica que é exatamente o vinho que todo mundo diz "poxa, mas por que dá isso, esse vinho dá esse gosto diferente, essa coisa", então, a gente não sabe por que, mas sabe que o lugar, o microclima o conhecimento, tem as características que dão essa alquimia que a gente consegue aqui. E vamos sobrevivendo e vamos seguindo.

A editora é muito ligada à Porto Alegre, né.

É, ela tem uma coisa que não é uma coisa bairrista, as pessoas têm que entender isso. Às vezes é só uma tangência, às vezes a pessoa não é nem de Porto Alegre, mas é... no mundo é uma região. Eu não posso ignorar que estou em uma região que...

Que tem as suas características?

É.

[...]

E que bom que está dando tudo certo com a editora, ainda mais com a pandemia.

E que bom que a gente está publicando com a mesma coerência, Então, a gente não mudou no sentido...puxa por dentro. Imagina, tu é agora guria, quando tu tiver lá com o seu monte de idade, e tal, tu olha pra trás e diz "poxa eu continuo na mesma querência, na mesma vontade, no mesmo desejo de que o mundo mude para melhor". Eu acho isso, a qualidade não mudando, nossa, já tá bem. Claro, isso não significa conversão, como diz, essa palavra conversão me persegue, conversão é venda. E todas as pessoas me dizem: "mas vocês convertem? Isso converte? Isso tudo que tu tá falando converte?". Meu Deus, não sei, a gente sobrevive, vende, mas, enfim.

Não é o foco.

As pessoas elogiam, mas daí a converter não sei. Então é essa agora que é a nossa coisa. É jogo de basquete, tem que converter.

Observação: posteriormente à entrevista, uma pergunta adicional foi feita por WhatsApp no dia 04/12/2020.

Qual a média das tiragens que costumam fazer para os livros? Imagino que deve variar por conta de cada título.

400 a 1.000 exemplares.

ANEXO 4

Vagner Amaro – Editora Malê

Data: 19/09/2020

Duração total: 35min

Via: Zoom

Gravação em formato de vídeo

Começo com um breve histórico da editora, quando surgiu, quem são as pessoas que trabalham pra Editora, onde fica e se tem um escritório próprio ou se o trabalho é na casa de um dos editores.

A Editora Malê surgiu em 2015, a partir de uma sociedade entre dois amigos. Hoje, é... durante três anos, ela funcionou no apartamento de um deles, no caso o Francisco, que é um dos sócios, e agora a gente tem um escritório no centro do Rio de Janeiro. A equipe é formada pelos dois sócios e por uma funcionária, que é uma funcionária fixa, e todos os outros serviços são terceirizados. Então a gente contrata prestadores de serviço para ir compondo o nosso trabalho, né?

Então, no Rio de Janeiro, basicamente, total, 3 pessoas. E qual a formação dessas pessoas ou quais as áreas de atuação dos editores ou das pessoas que nela trabalham?

Tá, a auxiliar, ela cursa Administração na UERJ [Universidade Estadual do Rio de Janeiro]. Eu sou bibliotecário, depois eu fiz uma formação em Jornalismo, em seguida fiz o mestrado em Biblioteconomia e atualmente eu faço doutorado em Literatura. E o Francisco [Francisco Jorge], ele é formado em Literatura, Letras, né, formado em Letras e trabalha, tem uma experiência muito longa na área de projetos em educação.

É bem, no geral, os editores vêm da Comunicação, da Letras, tem essa coisa em comum, né.

É raro um editor que tenha feito uma formação em Produção Editorial, por exemplo.

Pois é, ou alguém que venha da Administração, é bem raro, mas tem, né, mas é raro. Pronto. Como definiria exatamente o nicho, ou linha editorial da Malê?

A nossa linha editorial é publicar literatura. E aí quando eu digo literatura, eu sei que é um conceito muito amplo e tudo poderia ser literatura, né? Mas o que eu tô chamando de literatura é ficção, ensaio e poesia. Então esse é o nosso foco e priorizando a autoria negra. Então, a autoria brasileira, africana e afro-diaspórica, são os autores que a gente tá sempre atento, com o radar ligado pra eles.

E vocês fazem traduções também ou publicam mais autores brasileiros?

Sim, sim. A gente já fez tradução de dois autores até então, que é do Alain Mabanckou que é da..., é francófono, né, e da Fatou Diome, também francófona, e publicamos já moçambicanos e angolanos.

Ah legal, então tem essa internacionalização também.

Tem.

Então a trajetória da editora é relativamente curta, uns cinco anos, como me falou. Ao longo dessa trajetória, diria que vocês mudaram alguma coisa em relação à prática editorial, ou a ideia se mantém a mesma desde o início?

É... quando a gente planejou a editora, a ideia sempre foi priorizar a autoria negra, mas a ideia sempre foi... com o tempo e publicando também autores brancos. Isso é algo que a gente vem fazendo desde o ano passado. Então, assim, houve uma mudança, mas uma mudança que já estava planejada. Então, a gente... O objetivo é abrir cada vez mais esse catálogo.

Eu tenho umas perguntas aqui meio práticas e meio... talvez sejam até meio bobas, mas só pra gente formalizar.

Pode fazer.

Tu consideras a tua profissão de editor como um hobby ou como a tua principal função? Vamos dizer assim, sou um editor: publico livros por gosto ou para vender (por ser o meu trabalho)? Ou os dois?

Essa pergunta, por exemplo, é importantíssima, porque aqui no Brasil, nas editoras independentes, a maioria dos editores tem outra profissão e é editor. No meu caso... O Francisco, por exemplo, tem outra profissão. Ele trabalha com gestão de projetos. Eu sou

exclusivamente editor. Então, no momento em que eu abri a editora, eu saí do meu emprego anterior como bibliotecário e me dedico exclusivamente à Malê.

Ah legal, bom saber que é possível.

Então não é um *hobby*.

Bom saber que existe a possibilidade. E considera a editora uma empresa também? Ou é mais um projeto? Não sei que nome dar...

Acho que ela partiu de uma motivação...de um compromisso social, e acho que todo o primeiro gás que a gente deu à editora, pelo menos nos dois primeiros anos, tinha esse compromisso. Então, a preocupação, por exemplo, da editora ser sustentável, no sentido de ter lucro, isso foi algo que a gente deixou em segundo plano pra poder fazer com que ela acontecesse e, de fato, mudasse um pouco o cenário em relação à autoria negra. Depois, a questão do negócio ela foi se confirmando, se solidificando. Hoje é um negócio, uma empresa.

E agora uma pergunta mais...filosófica, vamos dizer assim: por que abrir uma editora?

É... tem muito a ver com a minha trajetória, a minha trajetória de vida mesmo, assim. Sempre fui leitor, sempre escrevi, não publicava, mas escrevia. Depois fui fazer Biblioteconomia. Fiz restauração e encadernação de livros. Toda a minha trajetória esteve envolvida com leitura e com livros. E tinha já um desejo de abrir uma livraria, uma editora. Então, fazia parte meio que da trajetória, sabe? Da minha narrativa que eu estava construindo e que um dia eu chegaria nesse ponto. 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 start: acho que é agora. Além do desejo há uma necessidade, então a gente seguiu.

Interessante, eu já ouvi essa palavra, tipo uma necessidade, uma responsabilidade. Vocês se consideram uma editora independente? Se sim, por quê?

Eu me considero uma editora independente. Eu sei que esse conceito de editora independente, às vezes, ele se coloca contrário ao que é o mercado. Então, tem editoras independentes, por exemplo, que não querem ter os livros em livrarias, porque consideram toda a prática do mercado uma prática muito opressora. Então, eu me

considero uma editora independente por ter criado um perfil editorial que o mercado não estava atendendo. Esse é um dos motivos. Dois: porque é uma editora que parte de investimento próprio, a gente não teve nenhum tipo de investidor pra fazer a editora acontecer. Então, nesse sentido, ela é totalmente independente, ela não teve apoiadores. Então quando perguntam assim: quem colaborou para que a editora acontecesse? Ninguém, só os dois sócios. Então ela é totalmente independente nesse sentido também.

E pra ti o que é que seria então, além do caso da Malê, o que tu definiria como uma editora independente?

Eu acho que são editoras que iniciam a partir de investimentos próprios. Esses investimentos eles não são investimentos de grande vulto, então, tipo, um milionário não abriria uma editora independente, porque ele ia abrir uma editora tão bem estruturada que ela não seria independente. Então, eu acredito que é isso e que vai tentando, a partir de formas muito criativas, estabelecer a circulação dos seus textos, porque... vou dar um exemplo: 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.

Vocês usam esse termo para os canais de divulgação de vocês e, aproveitando esse tema divulgação, quais seriam os principais canais de divulgação da Malê?

Só complementando, né, a gente faz parte da LIBRE [Liga Brasileira de Editores Independentes], você entrevistou o Tomaz, e a gente se assume desse jeito. Então a gente utiliza isso na nossa divulgação. Os livros são divulgados nas redes sociais, então, todas: Twitter, Facebook e Instagram; também através de mailing e no serviço de assessoria de imprensa. Então, a gente sempre tenta fazer com que os livros sejam divulgados também na imprensa tradicional e alternativa. E acontece, às vezes, de fazer uma remessa para mediadores, também nem sempre acontece, mas a gente também faz como forma de divulgação.

Só por curiosidade: vocês também têm ebooks dos livros?

Temos. Atualmente, a gente só tem dois, porque a gente tentou fazer isso de forma independente e chegamos à conclusão de que não tava funcionando. A estrutura da Amazon, a gente não tava conseguindo lidar com aquela forma independente de se colocar o ebook, ter o retorno financeiro, enfim... Entendemos que deveríamos fazer isso por uma distribuidora. Então, ainda esse ano todo o nosso catálogo vai estar sendo vendido, mas assim, através de uma distribuidora. Chama Zeus: livros e ebooks.

Então vocês não estão mais na Amazon, por exemplo?

Os dois títulos continuam lá e, assim que a gente fizer esse processo, a gente tira os dois como independentes.

Falando, então, na questão de venda, a gente falou de divulgação, mas venda então seria principalmente pelo site de vocês?

Não. A gente vende pelo site, mas não é a nossa maior venda. A nossa maior venda é através de livrarias, algumas livrarias específicas. A Malê ela é um, não sei se posso chamar de fenômeno, mas assim, uma coisa carioca, então ela é muito do Rio de Janeiro. A gente vende muito, por exemplo, pela Travessa, que é uma rede muito forte aqui no Rio de Janeiro, e também com alguns distribuidores que não são os grandes distribuidores. Então a nossa rede de distribuição ela tá sempre com livrarias pequenas e médias, vendedores. São pessoas que vendem em eventos específicos, de africanidades, e distribuidoras que são pequenas também, como a Zeus ou a Inovação, assim, não são distribuidoras tão grandes como a Catavento, por exemplo.

Normalmente, as editoras independentes acabam achando esses nichos e participando de eventos bem específicos, né? Às vezes, não são só de livros, mas são eventos gerais. E, por curiosidade, já deve ter ouvido falar dos termos *indie*, *small* ou *underground*, enfim. Associaria o termo independente com algum desses termos? Por exemplo, uma editora independente é uma editora pequena, ou não necessariamente?

Eu acho que são nomenclaturas, assim... Quando às vezes eu vou produzir... nomenclaturas. Claro que são nomenclaturas, não foi isso que eu quis dizer, mas assim, é... às vezes tá se falando da mesma coisa e quem redige, quem fala é que escolhe aquilo, um termo. Eu acho que independentes e indie é a mesma coisa. Quando eu vou fazer um texto, principalmente se eu vou fazer um texto em contraposição às grandes editoras, eu

uso pequenas editoras, então aí eu faço essa distinção pequenas, médias e grandes; acredito que toda editora pequena é independente. Então eu acho que é um termo que tá muito associado assim. Agora eu também utilizo um termo que é "nanoeditoras", que é assim aquele editor que é totalmente independente. Ele vai lá, ele que produz uma quantidade mínima de livros e atende a um público mínimo também. E aí pra esse editor eu chamo de "nanoeditoras". Às vezes é uma pessoa que edita o próprio livro. Eu acho que a Marilene Felinto, que é uma editora muito reconhecida, eu acho que é ela quem vende o próprio livro. Então, ela deve ter provavelmente um CNPJ [Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica], então eu olharia para aquilo como uma nanoeditora. Ou a Cidinha da Silva, que é outra editora que publica os próprios livros.

Esse termo ainda não tinha ouvido falar. E, por curiosidade: quantos livros vocês têm no catálogo hoje e quantos, em média, vocês publicam por ano, se existe uma média.

A gente vinha numa média de 20 livros por ano. A gente começou... a editora foi formalizada em 2015, mas a gente começa a publicar em 2016. Então, hoje a gente tem cerca de 70 títulos. Eu acredito que nós vamos terminar o ano entre 70 a 80 títulos. Isso porque esse ano teve uma queda muito grande de publicação por causa da pandemia.

Então afetou nas edições que vocês iam fazer...

Afetou diretamente com o nosso planejamento de lançamento.

Eu imagino.

A Flip [Feira do Livro de Paraty], por exemplo, é um grande momento em que a gente lança muitos livros na Flip. No ano passado lançamos cinco títulos, por exemplo. Esse ano não teve Flip, porque tem uma coisa da editora pequena que o lançamento ele é essencial, porque é quando você consegue um retorno maior da venda daquele título. Então, lançar na Flip dava pra gente essa garantia. Se não tem o evento presencial, a gente acaba podendo não lançar tantos livros, porque lançamento virtual não repercute do mesmo jeito.

Imagino também que as vendas, então, baixaram, até pelas livrarias estarem fechadas. Perceberam alguma mudança, ou tiveram que mudar...por exemplo, investir no site, no digital, no online?

É... A gente teve uma queda que eu acredito cerca de 20%. Por quê? Porque houve uma, também, mudança em relação à atitude do público. Então, a gente passou a vender mais outros títulos. Então, se a gente não tinha mais esse retorno, não teve mais esse retorno do lançamento, títulos antigos passaram a vender mais, principalmente títulos da Conceição Evaristo, que a gente edita e que vêm tendo uma presença fortíssima nas redes. É difícil um dia em que ela não esteja participando de um evento online e isso vai incentivando a venda dos livros, né? Logo no início do isolamento social eu idealizei um evento que se chamou Malê... bom, não importa tanto o nome, mas eu idealizei um evento e, quase durante um mês, eu entrevistei quase todos os autores da editora. Então todo dia tinha um autor da editora ali conversando com o público. E ele teve uma repercussão de 300 pessoas assistindo.

E tá disponível online esse material?

Está disponível no Youtube.

Vou procurar...

Então, assim, isso naquele momento, depois todo mundo começou a fazer *live* e aí eu achei que era melhor parar, porque achei que o público já tava cansado, mas naquele momento segurou muito a nossa onda de estar presente e em contato com o leitor.

Outro termo com o qual me deparei na parte mais teórica é de bibliodiversidade. Por ser bibliotecário provavelmente sabe mais que eu. Mas, o que entende por esse termo? E acha que a editora se encaixaria como uma editora que contribui para a bibliodiversidade?

Sim, é um termo que a gente utilizou bastante no início, conceituando a editora. Ela se enquadra nisso, às vezes a gente é questionado em relação a, assim: “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 pro 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 representado, no repertório literário de cada região, a diversidade que existe na sociedade. Então, se essa diversidade ela tá representada ali, existe bibliodiversidade. É claro que, quando a gente fala, hoje, quando a gente fala de diversidade, acho que o discurso vai muito pra dois pólos muito fortes, que é a questão racial e a questão de gênero. Mas eu enxergo a

diversidade com uma questão regional, por exemplo, um país tão imenso quanto o Brasil. Então tem essa preocupação de editar, do editor, autores não só do Rio de Janeiro e São Paulo; e também uma questão geracional. Então, eu edito tanto autores que fazem parte de uma geração, eles estão com 70, 70 e poucos anos, quanto autores muito jovens, que tão com 20, 23 anos. Então a diversidade também se coloca nesse sentido.

Então associa muito também ao perfil do autor que está fazendo aquele livro?

Sim, sim.

E agora é umas questões de marketing, de posicionamento. Como pensam o marketing da editora e quais estratégias têm funcionado?

Eu acho que a primeira estratégia que a gente desenvolveu e teve um bom funcionamento foi garantir a representatividade negra nas nossas peças publicitárias. Isso de fato foi algo novo, acho que 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 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. Uma imagem...hoje eu sei que uma imagem de uma escritora repercute mais nas redes do que a imagem de um escritor para o meu público, como sei que a imagem de uma pessoa branca repercute, talvez, 10 vezes menos que a imagem de uma pessoa negra. Então, entender o quê esse público que eu consegui conquistar espera é essencial como uma estratégia de marketing para manter a fidelidade, a fidelização, como o marketing diz, dele [do público].

E vocês já fizeram algum tipo de iniciativa ou estratégias criativas para vender os livros ou participaram de feiras diferentes? Poderia dar um exemplo?

Dessa parte assim mais prática, né, porque eu falei de um jeito muito conceitual assim...Então, a gente já fez ações em revistas literárias, então, que é colocar mesmo o *banner* da editora lá, ações em parceria com livrarias, que também funciona muito e, com isso, a livraria divulga a editora. A gente já fez eventos em parceria com livrarias também e, com isso, a gente se aproveita o público que a livraria já tem. Outras ações...acho que

eu me lembre agora são essas, é uma propaganda mais direta na imprensa. É...acho que é isso. E a produção de eventos que foi algo que a gente fez bastante.

Aproveitando então os eventos, eu ia perguntar se...falou que já participaram muito de feiras ou de eventos, assim, mas vocês faziam alguma parceria com outras editoras independentes ou pequenas para participar dessas feiras? As feiras eram mais tradicionais ou fora desse circuito tradicional?

A gente participa de quase todas as feiras. Quando não tem um *stand* da Malê, os livros estão lá com o distribuidor. É...das grandes feiras que eu digo, as bienais, enfim, a gente sempre está. E criamos eventos que foram festas literárias e nessas festas literárias nós convidávamos autores e outras editoras para participarem com a gente. Então, muito mais no sentido de promover esse evento do que participar, sabe? Digo, com pequenas editoras. Talvez a Primavera dos Livros, que é da LIBRE, que é uma feira só de pequenas editoras, desde que a Malê começou a gente sempre esteve.

E vocês fazem, participam de eventos fora do eixo Rio-São Paulo também?

Sim, a gente tem uma preparação muito boa em Belo Horizonte, em Salvador e Porto Alegre, então são os locais que a gente tem bastante evento. Muitos eventos universitários também. As universidades promovem eventos e a gente participa.

Eventos, tipo, além de feiras, palestras também, essas conferências...

Palestras, seminários, congressos...são eventos que têm um público, que o nosso público participa.

E, então, talvez seja meio repetitivo, mas só para formalizar essa pergunta: qual diria que é o principal diferencial da Malê no mercado brasileiro?

O grande diferencial da Malê é priorizar a publicação de autores negros, de autoria negra. É claro que isso já acontecia com outras editoras pequenas, duas editoras pra ser bem específico, mas não com as estratégias de comunicação que nós estabelecemos. Então, hoje, a Malê às vezes comunica da existência dessas outras editoras que já estavam no mercado há 10, 20 anos. Então, a Malê conseguiu de fato chegar nesse público, Acho que fazendo muito bem o uso das redes sociais. Por exemplo, eventos no Facebook, convidar autores, público pra eventos no Facebook. Eu fiz um comparativo dos autores que eu edito em relação aos eventos que nós começamos a promover com os eventos anteriores, então,

os eventos anteriores das outras editoras. Então, nesses eventos anteriores tinham uma repercussão às vezes de 10, 15 pessoas. Nossos eventos eram de 300, 500 pessoas, então, assim, acho que a gente criou uma forma de comunicar que de fato atingiu [o público]. Uma forma nova, que tem a ver talvez com a questão geracional também, da minha geração e do Francisco. Estamos na média dos 40 anos, então, a gente foi acompanhando um pouco o crescimento disso, do Orkut [antiga rede social] até isso.

Aproveitando que falou da questão geracional, saberia dizer um perfil do público, tipo, faixa etária, gênero, se é mais mulheres, se é mais homens.

Eu não tenho isso como uma pesquisa. Eu imagino que a gente atinja um público da nossa idade. Um público que tem, por volta, entre 40 e 50 anos. Talvez até fazendo uma medida melhor, talvez entre 35 e 50 anos. É um público que já fez a graduação, muitas pessoas que já estão no mestrado, outras no doutorado, então é um público acadêmico. A gente tem muito esse público. Talvez seja o público mais forte da editora. E, em seguida, um público universitário jovem. Acho que não tem grana pra comprar livro, então, assim, acompanha, mas compra pouco.

Eu tenho uma pergunta aqui que na verdade talvez eu tire da pesquisa. Porque assim, muitas editoras se dizem independentes, mas se surgir a oportunidade de crescer, de conseguir um investimento, financiamento, alguma coisa assim, topariam. Então, vocês se veem, por exemplo, vinculados a alguma outra corporação? Crescendo a esse ponto? Ou a ideia é se manter uma editora menor?

Não, toda a nossa... toda a estrutura da Malê foi pra 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.

E acha que ao se tornar uma grande editora, deixa-se de ser independente? Ou não necessariamente?

Eu acredito que deixa de ser independente. Porque você acaba operando no mercado de uma forma que não é independente, não dá pra se dizer que é independente.

Queria perguntar se tem mais alguma questão que ache relevante de mencionar, pode ser só relacionada ao funcionamento da editora ou dos conceitos em geral.

Eu acho que talvez valeria a pena mencionar que quando a gente, eu penso, eu idealizei a editora e convidei o Francisco para participar da editora comigo...Quando eu idealizei a editora, isso em 2014... 2013, 2014, o cenário brasileiro editorial para os autores negros era totalmente diferente do que a gente vive atualmente. Então, eu acho que esse é um fato histórico importante de estar registrado. A gente, o que observava...eu pesquisei muito naquele momento, os autores negros com uma dificuldade muito grande de publicar, um desinteresse total do mercado para publicá-los. A primeira escritora que a gente publica, a Conceição Evaristo, então ela tava totalmente fora do mercado, os livros fora de catálogo, e diversas outras autoras e autores estavam nessa situação. E não havia também no mercado editorial brasileiro interesse em relação aos autores negros de outros países. Raramente se publicava...[era] um ou outro. Hoje, o que a gente vê, é totalmente o inverso disso, como se cada editora tivesse escutado a flauta do mercado e começasse a caçar autores negros para publicar. Então é difícil um dia que eu não veja um anúncio de uma editora que tá lançando um autor negro, ou brasileiro ou de fora do Brasil. Eu acredito que isso é um trabalho que tem a ver com o trabalho da Malê, por isso que eu acho que é interessante de a gente marcar. Então assim, 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".

Esse ano, claro, ainda mais depois dos protestos e de todas essas mudanças, parece que deu um clique no mercado: “opa, existem autores negros”.

Mas eu acho que os protestos eles só intensificaram algo que já vinha acontecendo.

Já estava latente...

É...Porque se você ver o número, e eu vou me dedicar a fazer essa pesquisa, porque se você ver o número de publicações lançadas esse ano, essas publicações elas não podem ter sido preparadas esse ano.

Em um mês, né, não tem como.

Exatamente. Precisavam de tradução, de compra de direitos autorais. Então, assim, já vinha esse movimento. Eu acho que os protestos eles só deram o clique, realmente, tipo:” não vamos perder esse bonde, vamos lançar agora”. E aí criou essa imagem de uma certa concentração de que todo mundo tá lançando, todas as editoras estão lançando autores negros.

É claro, não tem como publicar assim: “aconteceu, vamos publicar”.

Exatamente, ao ponto da Companhia das Letras criar, né, atualmente, que é a maior editora do Brasil, criar uma editoria de diversidade que vai focar na publicação de autores negros. Então isso é algo muito novo. E acredito que era algo que eles não pensavam em 2015 quando a gente montou a Editora Malê. Então, perceber essas mudanças do mercado eu acho que é bem interessante. E perceber como as editoras independentes elas têm essa força de influenciar o mercado. Então, mesmo que você não venda tanto, mas uma editora que foque em publicar a comunidade LGBTQI+, ela vai tá lançando luz sobre determinados autores que depois vão migrar pro mercado maior.

Começa com esses passinhos de formiguinha e vai influenciando, né?

Exatamente, acho que é isso.

Observação: posteriormente à entrevista, uma pergunta adicional foi feita via e-mail no dia 04/12/2020.

Poderiam informar qual a média das tiragens que costumam fazer para os livros?

As edições correspondem a 500 e 1.000 exemplares.

ANEXO 5

Tadeu Breda - Editora Elefante

Data:28/09/2020

Duração total: 1h 27min

Via: Zoom

Gravação em formato de vídeo e áudio

Poderia começar fazendo um histórico da editora?

Bom, a Editora Elefante surgiu, a gente considera o surgimento da editora em 11 de maio de 2011, que é o lançamento do nosso primeiro livro, que foi o "O Equador É Verde", que é escrito por mim mesmo. E isso conta um pouco já de como surgiu a editora, né, ela surgiu meio que sem querer, meio que sem pretender ser uma editora. A minha ideia inicial era publicar esse livro que eu tinha, que foi resultado do trabalho de conclusão de curso da minha faculdade de jornalismo, estudei jornalismo na Escola de Comunicação e Artes da USP [Universidade de São Paulo], aqui em São Paulo, fiz esse livro-reportagem sobre o governo do presidente Rafael Correa [ex-presidente do Equador]. Enfim, na época dos governos de esquerda, progressistas, aqui na América Latina, fui pra lá, fiz esse livro-reportagem, voltei, apresentei pra banca como TCC [trabalho de conclusão de curso], fui aprovado, recomendaram a publicação e aí eu comecei aquele trajeto que imagino que muita gente faz, em vão, como eu fiz, que foi mandar para um monte de editora. Acredito que eu mandei para 15, 16 editoras, e não tive resposta positiva de nenhuma, até que, enfim, em conversa com amigos, sugeriram de auto publicar. Aí mais gente pensou...na época a pessoa que é Diretora de Arte da editora, que é a Bianca Oliveira, que é a que cuida da diagramação, do design dos livros, a gente era namorado na época, e aí quando veio essa ideia ela falou "ah legal, vamos, eu sei fazer, eu sei diagramar um livro, sei fazer um livro, a gente pode fazer". Então, foi uma coisa meio coletiva. Aí uns amigos revisaram, ela diagramou e a gente publicou esse livro, e também veio esse nome de sugestão de um amigo de colocar Editora Elefante, mas não existia nenhuma intenção de dar início a uma editora nesse momento, né, a minha intenção era publicar o meu livro. Então, a gente publicou esse livro e, nesse dia que eu te falei, 11 de maio de 2011, aqui em São Paulo, foi uma tiragem pequena, 500 exemplares só, e fizemos um lançamento com amigos, enfim. Foi uma coisa bem pessoal, assim, né, apesar de a gente ter feito bastante divulgação, conseguiu uma entrevista, alguma coisa em uma rádio, alguma coisa assim, mas foi uma coisa bem pessoal, amigos e tal. Aquela coisa, né, tinha...2011 eu

tinha 26 anos, 27 anos, então primeiro livro, um amigo publicando um livro, então juntou bastante gente. E foi isso, assim. Eu, depois da publicação desse livro, eu voltei a trabalhar com jornalismo, que eu trabalhava, normalmente, fazendo *freelancer* e tal. Logo eu consegui um emprego fixo num lugar chamado Rede Brasil Atual, um site de notícias, trabalhei lá até 2014.

E até 2014 era só um livro publicado ou vocês seguiram publicando?

Isso, então, aí em 2014 aconteceram algumas coisas que foram importantes para a editora, enfim. Eu fui demitido...bom, por lá meados de 2014 a gente decidiu publicar outro livro por sugestão de um amigo do ABC [região da Grande São Paulo], que tinha um amigo, que tinha um amigo, que tinha uns quadrinhos e era legal, assim, mas o cara era bem *underground*, nunca tinha publicado nada, enfim. E a gente decidiu publicar esse quadrinho, essa HQ [banda desenhada] em 2014. O lançamento aconteceu no final de novembro de 2014...acho que foi em dezembro de 2014. Então ficou de maio de 2011 até dezembro de 2014 sem publicar nada, enfim. A gente conversava "ah vamos fazer outro livro?", "vamo!", mas enfim, o fato era que ninguém, assim, apesar de todo mundo achar legal ter uma editora, essa possibilidade, não era uma prioridade pra ninguém. E a gente tava cada um dando seus pulos, se virando na sua área. Então entre decidir publicar esse livro, chama "Ignóbil" [de Dáblío C.], essa HQ, e a publicação dele efetivamente, em dezembro, eu fui demitido do meu trabalho, em novembro, por questões de divergências lá com meu editor, enfim. Veio o lançamento desse livro, eu fiquei no seguro desemprego até no começo de 2015, aí no começo de 2015 eu decidi, eu falei, "bom, vou me...", tava meio desiludido com o jornalismo, não queria ter editor de novo, tava em crise no mercado, pagando muito mal, poucos empregos assim para fazer reportagem mesmo, que é o que eu gosto de fazer, e aí eu decidi me dedicar à editora, mesmo. Então, aí é o que eu considero que a editora realmente começou já com o propósito de ser editora, sabe, então tem dois momentos aí. De 2011 até 2014, que teve dois livros só, o que mostra que a gente não tava muito interessado, eu e a Bia, em dedicar o corpo e a alma à editora. E a partir de 2015, que eu aí eu comecei a decidir que eu ia juntar minhas economias que eu tinha para fazer a editora funcionar. Então, tem meio que esses dois momentos de sei lá, início, né. Um surgimento e um ressurgimento que eu...eu falo que a editora surgiu em 2011 mas que ela realmente começou a funcionar como uma editora, com o propósito de uma editora e não apenas uma auto publicação dum livro foi no início de 2015, fevereiro, março de 2015.

E até hoje quantos livros vocês já publicaram? Qual a média anual de publicações?

Ó, crescendo, eu posso depois te passar exatamente os números se você quiser. Mas é isso né, em 2011 teve um livro, em 2014 teve um livro, em 2015 se não me engano teve dois ou três, em 2016 já foi tendo mais, 2017 mais, e acredito que foi em 2018 que aí eu resolvi me dedicar só à editora, porque entre 2015 e 2018, o projeto principal era a editora, mas como ela não dava possibilidade de sustentação financeira eu fazia...trabalhava de graça na editora né e fazia *freelas* para pagar minhas contas. Então também acho que outro marco importante é quando comecei a me dedicar só à editora e a Bia, pouco a pouco, também foi se dedicando mais à editora como trabalho integral e trabalho principal. Então...consequentemente, o número de lançamentos foi aumentando. Ano passado...eu vou te passar depois, se você puder me cobrar, eu te passo os números exatos. O ano passado, se não me engano, foram 19, no ano retrasado acho que foram 12 ou 13 lançamentos por ano, esse ano já tá em 10...esse ano vamos fechar, devido à pandemia e tudo mais, vamos fechar em 12 ou 13.

E alterou muito o planejamento desse ano de vocês imagino por causa da pandemia ou estava já nessa média?

Ah, alterou bastante, assim, a gente tinha uma programação que a gente teve que inverter, né, para priorizar, aí surgiram livros diretamente relacionados com a pandemia. A gente publicou dois livros diretamente relacionados com a pandemia, um chamado "Pandemia e Agronegócio" [de Rob Wallace] e outro chamado "Capitalismo em Quarenta: notas sobre a crise global" [de Anselm Jappe, Sandrine Aumercier, Clément Homs & Gabriel Zacarias]. Então, tivemos que inverter a ordem das publicações, o que deixou a gente meio atrapalhado. Também, o fato de ter que reorganizar o trabalho em *home office*, na quarentena, enfim, adaptação normal da vida de cada um a essa nova realidade, tudo isso atrapalhou o nosso planejamento de publicação. Alguns livros também que...mas não foi só a pandemia, por exemplo, como a gente publica livros de não-ficção e muitos deles têm muito a ver com os assuntos que estão mais candentes, as discussões mais candentes na sociedade, a gente acabou invertendo ordem, por exemplo, de livro sobre racismo que a gente tinha já na bala para publicar devido às manifestações que ocorreram no mundo inteiro, né, antirracistas, enfim, por exemplo a gente ia publicar um livro de uma escritora negra feminista estadunidense chamada bell hooks, a gente tem vários livros dela engatilhados para publicar, e o próximo que a gente ia publicar né, durante a...tava tudo

preparado para publicar um que chama "Tudo Sobre o Amor", mas aí como veio mais esse assassinato desse rapaz nos Estados Unidos, enfim, aqui no Brasil isso é recorrente, todas essas manifestações, eu achei que não tinha muito a ver publicar um livro tudo sobre o amor naquele momento. Aí a gente inverteu a ordem de um livro dela.

Entendi.

E resolvemos publicar um chamado "Ensinando o Pensamento Crítico" [de bell hooks], que eu achei que tinha mais a ver com...[esse contexto]. Então todas essas inversões, tanto devido à pandemia quanto à conjuntura política, social...elas acabam tirando um pouco a gente do planejamento, porque você tem que deixar um trabalho que já tá praticamente pronto, em que você já investiu tempo preparando esse trabalho para colocar um outro, começar do começo, enfim, então atrapalhou bastante sim. E como a gente é uma equipe muito pequena, nós somos atualmente em três pessoas fixas.

Isso que eu ia perguntar, quantas pessoas trabalham na editora?

É, éramos quatro pessoas fixas, eram duas designers, eu como editor e uma pessoa do financeiro, aí a gente tem colaboradores que fazem *freelas*, assim, que não tem uma quantidade de trabalho suficiente para estarem assim mais fixos, mas que são colaboradores permanentes, gente que cuida do site quando dá algum problema, gente que cuida de rede social assim de uma horinha, duas horinhas por dia, gente que cuida de marketing digital, advogado, sabe, assessoria jurídica, essas coisas. Mas de fixo, assim, que tem, só...que só trabalha na editora, somos três pessoas atualmente. Uma designer né, um editor e uma pessoa do financeiro. Bom então mas devido à equipe reduzida, fatores pessoais também influenciam muito no ritmo de...infelizmente, mas não tem muito o que fazer. No caso, eu vou ser pai agora então...

Parabéns!

Obrigado. Isso acaba impactando também na programação, ou seja, a gente poderia lançar mais dois ou três livros não fosse isso ainda esse ano. Aí devido a toda essa somatória, pandemia e paternidade iminente a gente resolveu frear um pouco esse ano.

Mas fica nessa média de 12 desse ano?

É, na minha cabeça uma média que a gente tem como ideal seria publicar 10 livros por ano, mas, enfim, um livro por mês tirando janeiro e dezembro, seria um livro por mês que

aí daria para divulgar bem, fazer uma boa divulgação de cada livro mas é um pouco difícil seguir uma programação assim tão fixa. Primeiro porque é isso...os livros como eles são de não-ficção eles dialogam muito com temas da sociedade então a gente inevitavelmente tem que priorizar pegar um livro do final da fila e jogar, colocar na frente quando acontece alguma coisa. E, também, tem uma certa...talvez predileção eu possa dizer, enfim, não sei direito a palavra, mas uma certa necessidade de novidade, sabe? Então isso mais comercialmente falando, eu tenho percebido que novidades vendem mais do que livros que já foram lançados. Então, isso, às vezes, acaba sendo uma espécie de camisa de força, que a gente fica refém de ter sempre novidade para poder...

É isso que traz o público para a editora?

Isso...Então é isso, assim, a gente...entre o que seria o ideal e o imperativo, dos imperativos do dia a dia, a gente fica meio num meio termo.

Eu sei que talvez a pergunta fique repetitiva, mas só para formalizar: como definiria o nicho de publicações da Elefante?

É...eu não sei muito bem, assim, porque, acho que talvez diferentemente de outras editoras, a gente começou, como eu te falei, de uma maneira meio espontânea e não planejada a publicar, não foi uma editora que...primeiro que nem começou como editora, né, mesmo, como eu te falei, muito menos como negócio. Então, não houve um planejamento, não houve assim uma análise do mercado editorial, e "olha, há esses vazios que podemos preencher com esse tipo de livro" e tal. A editora vem muito duma frustração minha com o jornalismo e com uma vontade minha de publicar conteúdos que não têm muito apelo comercial, talvez não tenham muito apelo comercial, midiático, mas que são importantes, que têm um interesse, uma relevância cultural, social, econômica, política, inquestionável. Então, era isso mais ou menos que eu fazia no meu trabalho como jornalista. Eu me interessava por pautas que não estão na [Rede] Globo, na Folha [de São Paulo], na grande mídia. E, como editor, é um pouco a mesma coisa, assim. Então, é um pouco caótico o nosso processo de escolha de títulos, e varia muito entre coisas que eu busco, livros que eu busco, assuntos que eu quero tratar e eu vou atrás, seja de livros estrangeiros, seja de autores nacionais, e de autores que me procuram, pessoas que me conheçam, através de pessoas que eu conheço ou pessoas que eu fico conhecendo, enfim, que chegam com um material que eu gosto e resolvo publicar. Então...

Mas todos são de não-ficção?

Isso, é. Até agora, bom...Tem livros de...tem alguns quadrinhos, a gente tem quatro quadrinhos, e alguns livros de poesia, três se não me engano, três livros de poesia. Que também foi isso, assim, não é que a gente nunca quis ser uma editora de quadrinho nem de poesia, mas aparecem pessoas com um material bacana, que a gente gosta, e eu não acho que preciso deixar passar essa oportunidade, só porque... sabe, sendo um material bom não vejo por que deixar passar essa oportunidade. A menos que seja muito longe da nossa linha editorial, que eu também não sei definir muito bem...mas... é isso... nossa prioridade são livros de não-ficção, ensaios, né, livros que tratam sobre política, enfim, movimentos sociais.

Ah, legal. E, claro, com a pandemia tudo mudou, mas vocês costumavam ter um escritório próprio, ou o trabalho era feito cada um na sua casa, uma coisa mais...?

A gente tinha um escritório fazia três anos, três ou quatro anos. A gente tinha um escritório no bairro aqui do Bixiga, aqui em São Paulo, e aí a gente...bom. É, foi trabalhar em casa devido à pandemia, mas mantivemos o escritório lá até dois meses atrás. Que aí teve um assalto, que entraram lá, arrombaram lá, roubaram várias salas, era um *coworking*.

Ah, que pena!

Arrombaram nossa sala e três outras lá. Roubaram os computadores, aí a gente pensou "ah, não estamos indo, não tem perspectiva nenhuma de voltar neste ano ainda" e aí aconteceu isso, e aí a gente decidiu abandonar o escritório e estamos em casa. Mas estamos com muita vontade de voltar a ter um escritório porque trabalhar obrigatoriamente em casa a gente não gosta muito.

Costumavam trabalhar então, os três, ou quatro, juntos?

É, antes era quatro, agora é três, porque teve uma menina que saiu, arranhou outro emprego, tal, que ela gostava mais e saiu. E então hoje em dia somos três, mas em breve seremos quatro de novo, a ideia é que ano que vem a gente já encontre outro escritório para seis pessoas, idealmente, também tô sentindo muita falta de ter um editor assistente, uma editora assistente para me ajudar na edição dos livros, tô precisando muito, na verdade. Então, idealmente, assim, pra gente, a equipe teria cinco ou seis pessoas, para a gente manter esse volume de trabalho, não sobrecarregar muito ninguém.

E...acho que já respondeu essa pergunta, mas só para formalizar: considera hoje, então, o teu trabalho de editor como a tua profissão principal ou um *hobby*?

É, faz três anos que é minha...na verdade mais, acho que desde 2014 posso considerar que é minha profissão principal, acontece que antes não conseguia me dedicar exclusivamente à ela, mas então desde 2018 eu consigo me dedicar exclusivamente à ela, mas considerando editor de livros não como alguém que só edita o livro propriamente dito, né. Tem um monte de outras coisas que eu faço na editora e editar o livro é só o creme...do trabalho...

Uma das coisas.

É...é o mais legal, mas não é nem o que eu faço na maioria do tempo. Tem muitas...ser editor, dono de uma editora independente, é um trabalho multitarefas, assim, então, que eu fui abrindo mão ao longo do tempo. Porque, no começo, voltando para 2014, 2015, eu fazia tudo. Absolutamente tudo necessário para manter uma editora menos a diagramação, a parte gráfica, que aí a Bia que fazia, eu não sei [fazer], nem quero saber fazer. Então...diagramar o livro, fazer capa, essas coisas, eu nunca fiz. Mas todo o resto eu fiz durante bastante tempo. E todo esse resto compreende: 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.

Basicamente toda a cadeia de produção, menos o design?

É, exato. E conforme a editora foi dando certo, no sentido de ter mais livros, mais vendas, mais interesse, aí tive que ir chamando outras pessoas, né. Então 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.

Aproveitando esse gancho, como definem os livros que vão ser publicados? Há autores que chegam até vocês? Ou, por exemplo, buscam autores de outros países que ainda não foram traduzidos? Como, exatamente, faz emessa busca, essa definição?

Tem as duas coisas, as duas coisas. A gente recebe bastante, muito original por e mail, mas esse é o jeito menos eficiente, porque muitas vezes chegam originais que não têm nada a ver, a grande maioria dos originais...Primeiro porque a grande maioria que chega é de poesia e a gente não é uma editora de poesia, então, as pessoas que mandam normalmente não se dão ao trabalho de pesquisar a linha da editora, né. Então a gente recebe muitos originais que eu não tenho tempo de analisar. Que a grande maioria infelizmente a gente não consegue analisar, o que é uma pena mas, enfim, seria humanamente impossível. Aí tem...eu sempre acompanho, tento ficar o máximo possível inteirado das discussões sobre livros que estão acontecendo, tanto no país quanto fora, mas não as discussões mais comerciais, né. É que existe...existe um pouco essa dificuldade, a discussão sobre livros, como qualquer outro item da indústria cultural, ele obedece muito uma agenda *mainstream*, que é patrocinada pelas grandes empresas culturais, enfim, que pautam as discussões dos livros mais vendidos e tudo isso. Então existe um circuito meio...alternativo, digamos, um circuito que não é *mainstream*, que eu tento acompanhar. Tanto dentro do país quanto fora, principalmente América Latina. Também recorro muito aos contatos e relações que eu estabeleci ao longo da minha trajetória como jornalista, enfim, também agora como editor. Mantenho diálogo com pessoas que eu já publiquei para que me indiquem outros autores sobre determinados assuntos. Por meio de pessoas que eu já publiquei, pessoas que eu conheço, com quem eu tenho boa relação também me chegam originais, que, eventualmente, a gente publica, enfim. Enfim, é um processo...

Bem variado.

É. Eu acho que é um processo meio...é uma combinação de fatores, principalmente com autores nacionais, depende muito do momento em que a pessoa me manda email, se eu tenho tempo de abrir e ver o email, se eu começo a ler e gosto, enfim, é muito...eu ainda não saberia te explicar muito bem assim, colocar em palavras como funciona.

E, agora, tenho umas perguntas mais conceituais, vamos dizer, para a questão da pesquisa. Eu já entendi em questões práticas o porquê de abrir uma editora, mas enfim, na tua opinião, por que abrir uma editora?

É...por que abrir uma editora? Eu acho que no meu caso é, assim, é bem pessoal, né. Como eu te falei não tem uma...não teve um planejamento no sentido de fazer disso um negócio, era uma coisa mais...acho que 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. Tanto os meus livros, inicialmente meus livros, mas logo isso mostrou que não, que tem muita coisa legal para ser publicada, que não tá encontrando espaço, que precisa ser publicada, tem muito interesse reprimido aí. Muita gente cujo interesse está reprimido, no sentido que não consegue se aprofundar em temas porque não tem material disponível em português para se aprofundar nesses temas, né. Então, acho que eu sou uma dessas pessoas que sempre sentia um profundo desinteresse sobre os livros, os conteúdos bombardeados pela indústria cultural, mas que, ao mesmo tempo, tenho um profundo interesse pelos assuntos que tão mais escondidos né, e que não deveriam estar tão escondidos assim. Então, como editor, eu comecei a ir atrás desses assuntos, né, assuntos que eu acho interessantes, que eu acho que têm que estar disponíveis para discussão, para debate, então acho que o porquê de abrir uma editora é isso: disponibilizar conteúdos de interesse que possam munir debates necessários para a sociedade, enfim.

Ah, legal, ficou bem claro.

Um exemplo disso para ilustrar, assim, que eu pensei agora. É um pouco o Netflix, sabe, não sei se você é dessas pessoas, mas eu sou dessas pessoas que às vezes quando quero assistir a uma coisa...eu tenho Netflix aqui em casa, um pouco a contragosto, mas, enfim. Às vezes, eu quero assistir alguma coisa, mas fico mais tempo procurando alguma coisa pra assistir do que efetivamente assisto. Porque 99% do conteúdo disponibilizado pelo Netflix que é, né, indústria cultural pesada, não me interessa, não quero ver. Mas eu sei, talvez por ter estudado comunicação e me interessar por isso, que existem dezenas, centenas de filmes que eu adoraria assistir, que eu tô doído para assistir, mas não tem no Netflix, porque não é o que supostamente as pessoas querem assistir. Então acho que é um pouco parecido...esse raciocínio que eu tentei desenvolver antes, é um pouco parecido com isso, assim, mas aplicado aos livros.

Concordo, também, a gente perde às vezes uma hora procurando um filme e depois não assiste. Então, antes de a gente pensar na Editora Elefante, especificamente, eu queria entender o que percebe como uma editora independente. O que é uma editora independente?

Essa é uma boa pergunta, né. Olha, eu não sei muito bem, assim, definir. É...

Pode ser o que vem à tua cabeça, tá? Não precisa se preocupar em "ah, será que estou certo ou não?". É bem que o tu percebes...

Eu acredito que quando a gente fala, né, que a gente é uma editora independente e vê semelhanças com outras editoras que, também, a gente encara como independente, eu acho que uma editora independente tem esse espírito de querer publicar antes de qualquer coisa, ter essa vontade, esse ímpeto por publicar conteúdos que a pessoa que leva a editora, ou o grupo de pessoas que leva a editora, acha importante ser publicado. Antes de pensar em sustentação financeira, manutenção de um negócio, o ímpeto...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, e também isso talvez não se aplique muito a todas as editoras independentes, enfim. Eu vejo também outra coisa que eu acho que uma editora independente não tem, que define ela talvez pela ausência, é investidores, né. Justamente porque não é pensada, inicialmente, pelo menos, não é pensada como um negócio. Então eu vejo algumas editoras que começaram a surfar nessa...porque aqui no Brasil teve uma espécie de...claro que é um processo muito minúsculo, restrito, mas uma espécie de ressurgimento, ou surgimento, de uma onda de editoras independentes né, que ganharam...que esse processo ganhou força com algumas feiras, que hoje em dia nem existem mais como a Feira Plana, como a Feira Tijuana, e com outras que foram surgindo. E houve algumas editoras mais comerciais que resolveram surfar nesse processo, mas que eu não considero...por exemplo, a Todavia para mim é um exemplo muito claro. A Todavia é uma editora cujo sócio...não sei se sócio, mas o investidor principal é o dono do [Banco] Itaú. Isso para mim não é uma editora independente. Por mais que tenha cara, cheiro, gosto... de editora independente. Então, eu acho que esse é um ponto importante, assim, de que são editoras que começam de maneira mais espontânea, talvez. Sem investidores, sem ser vista como um negócio, mas inevitavelmente isso acaba acontecendo se você quiser se dedicar, né, à editora? Porque...vendo a nossa trajetória...a gente começou assim, do jeito que eu tô te falando, só querendo publicar coisas. Mas aí chega um momento que você tem que decidir: "vou continuar publicando coisas de maneira totalmente hobby, né, um hobby, vou ter um outro emprego, vou publicando um, dois livros por ano"... que eu acho muito legal também, edições super bem cuidadas, né, enfim, uma edição lenta, sem pressa, ou "vou fazer da edição o meu trabalho principal, e

aí eu vou ter que acabar me adequando um pouco a alguns imperativos da realidade capitalista em que a gente vive e inevitavelmente ter que pensar na editora como um negócio”. Porque, por mais que não vá deixar ninguém rico, porque uma editora independente dificilmente vai deixar alguém rico, mas que tem que dar o mínimo de condições de vida para as pessoas que tão trabalhando nela todo dia. Eu não sei se isso faz com que a editora perca o seu caráter de independente, não sei. Talvez sim. Talvez a conformação da editora como um negócio, como...e a adequação dela a alguns imperativos, assim, econômicos, financeiros...o fato de o livro ter que dar...não pode um livro que dê prejuízo, porque se não isso compromete a sobrevivência financeira tanto da editora e, conseqüentemente, das pessoas que estão envolvidas. Não sei se isso faz com que a editora perca o seu caráter de independência ou se é possível ter um meio termo...enfim. Porque eu também vejo uma diferença, apesar de a gente e outras editoras serem estruturas...serem ou estarem buscando uma estruturação como um negócio minimamente, ainda que seja um negócio bem como a gente, sem consultores financeiros, nem nada disso...eu vejo muita diferença em relação a uma editora comercial, mesmo que seja uma editora pequena comercial assim, que vai...que procura publicar livros de *youtubers*, assim, só pensando em venda, em vendagem, sabe. Só pensando no negócio. Então, não sei...pensando aqui, também, talvez as editoras independentes tenham um pouco mais de apuro estético, tem uma estética menos “comercialoide”, assim, enfim, não sei...

Não, mas boa, boa resposta.

Acho legal que você tá fazendo essa pesquisa porque...

Acho que essa é a grande dúvida de todo mundo: o que é de fato a independente e o que a faz deixar de ser independente. Mas interessante a resposta, está bem alinhada com o que outros editores também já falaram, principalmente dessa vontade de publicar, parece que é uma coisa que vem da pessoa, de dentro, né. "Não, eu preciso publicar esse livro, esse livro precisa estar nas livrarias", sabe.

Exato. Eu tenho outra...só complementando o raciocínio...que, porque...tem um outro, se a gente pode pensar, tem um outro conceito de independência que me veio à cabeça, assim, que é a independência financeira. E, nesse sentido, eu acho que, talvez, as editoras mais independentes são as maiores, as mais corporativas, porque elas realmente têm muita independência financeira. No sentido de poder...por exemplo, a Companhia das Letras,

até onde eu vi, eu li recentemente, eles continuam publicando 300 livros por ano. E eu tenho certeza que, desses 300, se eles quisessem publicar 50 livros que não vão dar lucro nenhum, eles poderiam fazer sem que isso comprometesse a saúde financeira da empresa. Nesse sentido, eles são muito independentes, né? A gente não pode fazer isso. A gente não tem nenhuma condição de comprometer o nosso catálogo...sei lá 10% do nosso catálogo, dos nossos lançamentos anuais, 20%, com livros que não vão, pelo menos, se pagar. A gente sempre pensa em se pagar. Pelo menos. Um livro que dá prejuízo é realmente uma desgraça, assim, pra gente. Então não sei também... outra coisa que eu lembrei agora é que, muitas vezes, a gente usa o termo, também, interdependente. Eu tenho preferido nos meus diálogos com os leitores usar o termo interdependente, que a gente é uma editora interdependente, não uma editora independente. Porque a gente depende muito dos nossos leitores, é de quem a gente mais depende. Eventualmente, a gente consegue financiamento de alguma fundação, de alguma ONG, para algum livro específico que tem interesse da ONG, então ela vem, a gente oferece e ela topa e dá uma verba, que nunca chega a cobrir todo o gasto do investimento do livro, mas é sempre uma ajuda. Então a gente depende muito dos leitores. Então acho que esse conceito de interdependência talvez se aplique melhor à gente. No sentido de que, se os leitores pararem de se interessar pelos nossos livros, a gente não tem muito mais o que fazer.

Sim...E, aproveitando, eu ia perguntar se vocês utilizam o termo independente nos canais de divulgação, se vocês se consideram, então, uma editora independente a partir desse teu conceito, mas acho que já responde bem a pergunta, né, do interdependente.

É, a gente usa independente, sim. Se você fuçar nas nossas *newsletter*, nas coisas, com certeza vai achar. Então, usa, apesar de não ser uma coisa assim que a gente martela o tempo todo, sabe? Justamente devido a essas...é uma coisa meio nebulosa na minha cabeça. E você vai encontrar também esse termo interdependente.

Esse termo é novo, ninguém tinha falado ainda. Já tinham falado dessa dependência do leitor, mas não com esse termo definido, o que eu achei bem interessante. E, bom, ao longo da minha pesquisa mais teórica, eu me deparei com um termo que é bem popularizado, já, que é bibliodiversidade. Está familiarizado com esse conceito, o que entende por esse conceito de bibliodiversidade?

É...eu vejo esse termo ser usado cada vez mais, principalmente aplicado justamente ao fenômeno...esse fenômeno do qual a gente tava falando, um pouco antes dessa proliferação de pequenas editoras no Brasil, né, que trouxeram justamente um pouco mais de bibliodiversidade pro leitor. Ou seja, títulos que, muito dificilmente, ou jamais, sairiam por editoras comerciais, porque não têm esse selo da venda, e que editoras independentes, justamente por terem uma identificação ideológica com aquele livro, ideológica, cultural, enfim, interesse político envolvido na publicação daquele livro, vai publicar esse livro de qualquer jeito, mesmo que não venda. Talvez ela vá à falência, mas enfim, aquele livro que ela queria publicar, ela publicou. Então, eu tenho certeza que as editoras independentes, ou pequenas editoras, enfim são cruciais para a bibliodiversidade. Sem a gente, não...seria um Netflix. O mercado de livros seria um Netflix, em que as pessoas iriam rodar, rodar, rodar por prateleiras...algumas pessoas, né, iriam rodar, rodar, rodar por prateleiras, ou pela Amazon que seja, e não iam achar conteúdos que realmente conversam com os interesses intelectuais, culturais, políticos, sociais delas.

Para entender um pouco da questão do marketing, quais são os principais canais de venda da editora? E como é pensado o marketing da editora?

Os principais canais de venda são as livrarias.

Livrarias tradicionais ou mais também...menores?

Então, acho que menores né, porque a gente não trabalha com as livrarias... Que que você chama de livrarias tradicionais?

É, eu quis dizer na verdade as grandes né, Saraiva, Cultura...

A grandes...é, então com a Cultura a gente...com a Saraiva a gente nunca trabalhou, nunca, diretamente. Se ela vendeu algum livro nosso em alguma vez na história foi por meio de distribuidoras. Com a Cultura a gente trabalhou durante um período muito curto, a partir de 2017 que a gente lançou...a gente sempre tentou trabalhar com a Cultura quando a gente tava no começo, nunca teve interesse. Quando a gente lançou um livro chamado "O Calibã e a Bruxa" [de Silvia Federici], que é o nosso best-seller, totalmente fora da curva, a Cultura veio nos procurar para querer vender esse livro e a gente forneceu para eles algumas vezes, mas isso foi muito próximo da falência lá...da recuperação judicial dela. E, quando ela começou a não pagar os boletos, antes de decretar a recuperação judicial, a gente já tinha parado de fornecer. Então foi muito episódico. De livrarias mais

conhecidas, de redes assim, a gente trabalha com a Travessa, que, inclusive, tem uma unidade aí em Portugal, em Lisboa, se não me engano.

Ah não sabia, legal.

É, eles abriram ano passado. Então, a gente trabalha com a Blooks, que é uma rede, mas é uma rede pequenininha, a Travessa também é uma rede, mas é uma rede pequena em número de loja. A Livraria da Vila, que fica aqui em São Paulo, que também é uma rede pequena, tem algumas lojas em São Paulo; em Curitiba, tem uma também. De redes, assim, são só essas e o resto são livrarias...tanto pequenas livrarias físicas ou online. Interessante que a gente também nunca forneceu pra Amazon diretamente, nem temos planos de fornecer. Também agora estamos pedindo pras distribuidoras com as quais a gente trabalha que não forneçam pra Amazon também porque...e eu não sei se isso vai acontecer, eles falaram que sim, mas a gente não tem muito controle disso, porque as distribuidoras, às vezes, fornecem para outras distribuidoras, que fornecem para outras distribuidoras, então é muito difícil escapar, se a Amazon realmente quiser os livros da Elefante ela vai conseguir.

E vocês têm bastante ebook de todos os livros?

Temos... a gente começou a converter o nosso catálogo para ebook ano passado e aí, desde o ano passado, os lançamentos já são convertidos para ebook imediatamente. Tem quase todo o catálogo em ebook, não tem todos porque alguns a gente...alguns livros mais antigos que já estavam meio fora de catálogo a gente decidiu não fazer esse investimento para converter, mas são quase todos.

E a outra pergunta, como é pensado o marketing da editora, vocês têm uma estratégia específica? O que priorizam?

Então, só antes de falar disso, também outra fonte importante de venda é o nosso próprio site, prioritariamente são as livrarias, as livrarias, desde que a gente começou a trabalhar mais seriamente com as livrarias e distribuidoras, todas elas sempre foram a maior fonte de renda da editora e o site, menos. Só que, durante a pandemia, isso inverteu. Durante a pandemia, devido às restrições que as livrarias sofreram de abertura e funcionamento, as vendas das livrarias caíram bastante e as do nosso site aumentaram. Mas, agora, já...nesse momento, já inverteu novamente.

Ah, ok, eu queria perguntar se acha que iria se manter assim. Porque com a pandemia todas as editoras mencionaram que o site aumentou muito em vendas, mas talvez agora com a reabertura retorne ao que estava antes.

É, o nosso aumentou muito assim, concretamente falando a gente...o nosso recorde de vendas no site, até então, até o início da pandemia, o nosso recorde de vendas no site tinha sido em setembro do ano passado, quando a gente fez...lançou um livro da Silvia Federici, que é autora do "O Calibã e a Bruxa", que é nosso maior sucesso de vendas, a gente lançou outro livro dela chamado "O Ponto Zero da Revolução" e fez um evento com ela aqui em São Paulo no Memorial da América Latina, que foi 1100 pessoas, foi todo um fenômeno, assim, surpresa total pra gente. Então, esse tinha sido o recorde com toda essa mobilização, ou seja, 1000 pessoas dentro de um auditório, um nome de peso, uma autora de peso e tudo mais. Durante a pandemia, a gente, devido a toda essa reorganização de trabalho, a gente resolveu lançar uns combos promocionais, alguns livros dos nossos catálogos, lançamos 12 contos e também fizemos mais marketing digital essas coisas. Também fizemos todo um movimento, começamos a publicar mais no blog, e tal. Então, houve esse recorde de vendas que tinha sido em setembro/outubro aí batido em abril, maio e junho, sabe, cada mês batendo um recorde do mês anterior. Até que chegou em junho...junho dobrou o valor que tinha sido o recorde até então.

Uau.

É, foi um crescimento muito, que eu acho que não...obviamente...Acho não, já dá para ver que não vai se manter. Já voltou a cair...

Foi mais pontual da pandemia mesmo.

É, acho que foi, foi bem pontual da pandemia. Acho que não só da pandemia, mas também de ações que a gente fez. Quer dizer, se a gente não tivesse feito os combos, eu duvido que ia ter tido esse número de vendas, se a gente tivesse ficado parado, sabe, no sentido "ah, as pessoas vão começar a comprar pela Internet sozinhas". Não acho. E agora já está se normalizando, então as livrarias voltaram a ser a principal fonte de renda para a editora, o que eu acho bom, porque isso distribui mais a venda do livro.

E a questão do marketing, como ele é pensado? Já falou dessa estratégia específica da pandemia, mas e no geral?

A gente também nunca foi uma coisa muito planejada, foi uma coisa também muito intuitiva, o que a gente usa de canal de marketing hoje em dia é o Instagram, Facebook, mas principalmente o Instagram, faz esse marketing digital com um rapaz que presta serviço para a gente fazendo isso, Google AdWords ele entende bem. Divulgação com influenciadores, influenciadoras, eventualmente, que falam sobre os assuntos que dialogam com livros que a gente lança, eventualmente, a gente manda. Na imprensa sai muito pouco, a gente não tem um trabalho ativo de assessoria de imprensa, como outras editoras têm, de ficar mandando livro para repórter de cultura, buscando resenhas, essas coisas, é um trabalho bem passivo, então às vezes saem resenhas dos nossos livros, entrevistas com autores, mas é muito passivo, são jornalistas que vêm e procuram a gente, a gente não tem alguém que fique "ô, fulano, recebeu o livro? Mandei, vai sair um lançamento, vamos tomar um café", essas coisas a gente não tem. Isso, apesar de eu ser jornalista, foi uma decisão que eu tomei, porque eu gastava muita energia tentando emplacar os livros na imprensa e não conseguia. Porque, enfim, eu sei como funciona imprensa, é muito...essas relações são muito pessoais, então tem editoras, mesmo editoras independentes, que emplacam, todos os lançamentos emplacam matérias na Ilustrada da Folha [caderno de cultura da Folha de São Paulo], no caderno B do Globo [caderno de cultura do Jornal O Globo], enfim, grande imprensa, no Estadão, Caderno 2 [caderno de cultura do Jornal Estadão], porque, você vai ver... porque, ah, estudou com o editor de cultura, é o grande amigo do repórter, é prima do...sabe? Então, essas pessoas, enquanto elas resolvem tudo pelo WhatsApp rapidinho, eu ficava produzindo *releases* e martelando, gastando dinheiro para mandar livro pelo correio, sem nunca ter resultado, então resolvi desistir dessa estratégia e ir mais para esses influenciadores, que são pessoas que estão interessadas no assunto, genuinamente interessadas e, muitas vezes, fazem uma divulgação que alcança mais gente do que uma própria [imprensa tradicional]...mas, assim, lógico que eu gosto de quando sai matéria no jornal sobre nossos livros. Inclusive, ontem, saiu uma no O Globo do nosso livro "Contra Amazon" [de Jorge Carrión]. Bom, é isso. Este mês, agora, de outubro, vai começar alguém trabalhando pra gente só cuidando de redes sociais, e eu vou me livrar disso, tô muito feliz com isso também, porque é menos uma coisa para eu fazer, e eu não tenho muita paciência com redes sociais, então...

E falou que fazem *newsletter* também, certo?

Isso, *newsletter*. *Newsletter* é uma coisa que aí eu gosto bastante, a gente manda normalmente duas *newsletters* por semana, uma aos domingos, uma às quartas. As *newsletters* do domingo começaram a ter...em 2020, a gente também tem um colaborador que faz a *newsletter*, só faz isso, a *newsletter* de domingo, então é alguém...sempre é um texto inédito, original, relacionando alguma questão candente aí da atualidade com algum livro ou alguns livros nossos do nosso catálogo. Então, é sempre um texto mais despojado, assim, e mais fluido, dialogando com o leitor, todo domingo sai esse. E a de quarta é mais dura, uma *newsletter* mais "ah, temos essa pré-venda, ah temos...olha: cê viu o Bolsonaro falou disso, e isso tem a ver com esse livro nosso, ah cê viu, aconteceu isso...", enfim, uma coisa mais pontual.

E vocês têm retorno dos leitores com essa *newsletter* ou é mais nas redes sociais?

Às vezes as pessoas respondem, quando a gente estabelece um diálogo mais direto tem respostas por email mesmo. Às vezes, as pessoas também compartilham nas redes sociais "olha, *newsletter*, muito legal", e a gente tem uma taxa de abertura, que eu não entendo muito disso, mas as pessoas que entendem com quem eu conversei, dizem que é uma taxa boa, uma taxa média de 20% de abertura, às vezes chega a 30%...então...

Era só uma curiosidade, mesmo, porque está crescendo muito o uso da *newsletter*, é bem interessante.

É, a *newsletter* é legal, ela tá voltando né, acho que justamente tem um pouco a ver com essa saturação de algoritmo, acho que ninguém aguenta mais, e quem aguenta daqui a pouco não vai aguentar mais esse...

E é um conteúdo mais elaborado, também, tem mais espaço para escrever na *newsletter*.

É, mais elaborado, que você que escolheu assinar, não é uma coisa empurrada goela a baixo.

Eu ainda tenho três perguntinhas. Claro, a pandemia mudou as minhas perguntas, mas se vocês participam de feiras do livro, se são mais as tradicionais das cidades ou se são mais de grupos alternativos?

A gente participava, vou falar no passado porque esse ano não teve, mais de feiras aqui em São Paulo. Porque feiras de outras cidades, a gente até chegou a participar e se

associou com outras editoras para conseguir um pouso, uma mesinha, dividir custos de frete, essas coisas, de vendedor, mas nunca valeu muito a pena, justamente porque é um custo alto, você transportar o livro, a pessoa tem que ir até o lugar, vender, enfim, normalmente não vale muito a pena. Mas, aqui em São Paulo, a gente sempre gostou de participar das feiras, é um momento muito legal, muito nobre, de ter contato direto com os leitores, a gente sempre gostou também de nós mesmos ficarmos ali na mesinha fazendo as vendas. Claro que com o tempo isso foi ficando impossível, né, não dava para ficar, tendo livro para fechar...ficar lá na feira, então a gente começou também a chamar pessoas para vender e tal. Mas, assim, posso te listar as feiras que a gente mais participou: Feira Miolos, da Biblioteca Mário de Andrade, a Feira Plana, também muito legal, a Feira da USP [Universidade de São Paulo], que tem um caráter mais comercial, né, mas é uma feira importante que acontece lá na cidade universitária em dezembro, Feira Tijuana a gente nunca participou porque, enfim...às vezes tem essa, [o editor está] atolado de coisas [e] perde o dia da inscrição, sabe, mas enfim, sempre...feirinhas pequenas que eu nem vou lembrar o nome, mas a gente sempre procurou participar de feiras.

E vocês fazem parcerias com outras editoras do mesmo porte, vamos dizer assim, com as quais vocês se identificam? As parcerias são tanto comerciais quanto de publicação ou de participação em feiras?

Sim, a gente tem livro publicado com a Editora Autonomia Literária, no começo da nossa...quer dizer, no começo deles, principalmente. Enfim, a gente fez algumas parcerias, três livros publicados em parceria com eles. Publicamos também, nesse ano, um livro em parceria com uma editora que também tá começando, é o primeiro livro deles, que está começando agora. Neste ano, também vamos publicar um livro resultado de uma chamada pública que a gente fez em parceria com a Editora Dublinense, lá de Porto Alegre.

É, eu entrevistei com o Gustavo, da Dublinense.

Ah, o Gustavo é muito legal, tem bastante coisa para falar também, muito mais do que eu. Ele tá há mais tempo aí nessa coisa, pensa bastante sobre mercado editorial também. De parcerias de publicação foram essas até agora. E, bom, em parcerias mais estratégicas, assim, a gente tem uma...ah, outra coisa legal...a gente vai participar também desse esforço conjunto com a Editora Ubu, Editora Relicário e a Editora Bazar do Tempo, vamos lançar os livros da Audre Lorde, eles já lançaram os deles, o nosso vem no ano

que vem, então é uma coisa legal que foi ideia, não sei foi ideia da Relicário ou da Bazar do Tempo, não foi nossa a ideia. A gente foi convidado a fazer uma coleção com a mesma identidade gráfica, mas cada um por uma editora, o que eu achei muito legal. Então, a gente vai ter essa parceria também. E a gente tem um diálogo mais próximo com a Editora Ubu e a Dublinense, trocamos figurinhas, assim, a gente antes tinha uma representante comercial conjunta, que trabalhava para nós, mas aí não deu muito certo, mas, enfim. Mas a gente, eventualmente, faz sorteios de livros em conjunto, esse ano fiz com a Ubu uma vez, eu vou fazer outro ainda esse ano, tem esse livro com a Dublinense que a gente vai publicar em parceria, enfim, são as editoras com as quais tenho um pouco mais de proximidade, mais amizade, de trocar ideia, bater papo.

O Gustavo até comentou que ele participava de um grupo do WhatsApp com vários editores, para sempre, enfim, manter um contato próximo.

É, existe esse grupo, ele se chama Juntos Pelo Livro, foi um grupo que começou a se constituir para conversar sobre o calote da Saraiva e da Cultura e aí ele foi tomando outra forma mas, assim...eu já fiz parte desse grupo, duas vezes, já saí duas vezes, hoje em dia eu não estou nesse grupo, porque eu acho que o legal dele é justamente um pouco a fraqueza dele, né, porque ele junta acho que mais de 100 editoras, e pequenas e médias, e é muito diverso, sabe? No sentido de pessoas que pensam completamente diferente umas das outras politicamente, ideologicamente, então...

Ah, é um grupo grande então, muita gente.

É grande, eu não consigo entender, já tentei conversar lá várias vezes, mas sempre fui bem rechaçado por algumas pessoas, não consigo entender como a gente vai tirar consensos mínimos ali com pessoas que pensam tão, tão diferente. Por exemplo lá tem o rapaz que era o curador do Prêmio Jabuti desse ano, não sei se você acompanhou essa polêmica que ele, no começo da quarentena, ficou falando contra o isolamento, enfim, baseado em dados falsos, uma coisa bem Bolsonaro assim, sabe, baseado com dados falsos, falando que a mídia tava mentindo, que não tava morrendo tanta gente assim como estava sendo dito...Então, por exemplo, eu sempre pautei muito a discussão sobre a Amazon ali, sobre como as editoras têm o poder de retirar seus livros da Amazon e buscar alternativas, sempre...ah, aquela lógica de grupo de WhatsApp, as pessoas grossas, eu tenho muita coisa para fazer, sabe? Do que ficar debatendo com pessoas...Que, assim, eu respeito, são mais velhas, têm 60, 70 anos, tem uma trajetória toda no mercado editorial,

mas quando a pessoa não respeita visões novas que chegam e também fica se arvorando numa posição de "ah, eu sou experiente e você não sabe o que tá falando", eu prefiro não dialogar, então por isso eu saí, mas esse grupo existe, sim, ele tem bastante gente.

Eu imaginei que fosse um grupo menor com editoras parceiras.

É grande. É, é difícil, acho difícil conseguir, não sei, isso é tema para outra pesquisa até, tentar entender um pouco como formar uma associação de editoras independentes, o que elas têm em comum, quais os interesses comuns que elas têm, a não ser...

Falando nisso, vocês fazem parte da LIBRE?

Não.

Eu tenho mais duas perguntas, uma delas já deu para entender que talvez a resposta seja não, mas a editora tem a intenção, ou estaria aberta para um dia fazer parte de um grande grupo, digamos assim, de uma corporação, ou os planos de vocês pro futuro são manter essa linha?

Está falando grande grupo como associação de editoras ou grande grupo comercial?

Comercial.

Ser comprado por uma grande? Por uma Planeta da vida, coisa assim? Olha, eu não sei, eu nunca pensei nisso seriamente, porque isso nunca nem foi uma possibilidade na minha cabeça, mas eu acho que dependendo de como as coisas forem, não é um assunto para o qual eu estou fechado imediatamente, até porque eu vejo nisso uma possibilidade de...caso isso acontecesse, começaria acho que outra editora, com uma estrutura mais...estruturada sabe? Porque com toda essa experiência de 10 anos que eu tenho na Elefante, já sabendo um pouco mais do trabalho, eu acho que caso algo assim acontecesse isso não teria grande prejuízo, porque 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, o que seria ótimo para a nossa saúde mental, para o nosso dia a dia, porque muitas vezes é muito difícil, é muito extenuante, faz quatro, três anos, três anos e meio, que eu trabalho dez horas por dia, então eu gostaria de trabalhar um pouco menos, ter uma coisa mais estruturada e, eventualmente, eu penso que essa eventual, muito

improvável absorção por um grande grupo editorial, essa venda da editora, me daria possibilidades de recomeçar com alguma estrutura, mas realmente, assim falando só em tese. Porque depende de muitos fatores, né.

Eu pergunto porque algumas pessoas dizem que não, que de forma alguma o fariam. Enfim, são visões diferentes. Mas eu achei interessante porque abordou a questão de "será que a gente não é mais independente sendo de um grande grupo?". Teria mais essa abertura para publicar livros e não pensar no fator comercial, achei esse questionamento bem legal.

É, porque eu acho que, assim, se...vamos supor, fazendo um exercício aqui de fantasia, se vem um grande grupo e compra a Elefante, mas quer manter a estrutura da Elefante, eu não sei se eu aceitaria, no sentido "ah, você continua sendo o editor, só que aí você vai receber um salário tal", porque aí eu acho que eu não teria independência, sabe? Aí eu teria sempre que reportar para um departamento financeiro que vai fazer cálculos e ver se esse livro pode, ou não, ser publicado e, no fim, a palavra final não seria mais minha. Então, não teria essa independência. Mas, sei lá, existem tantos acordos que podem ser feitos, por isso que eu não digo não. Não digo não categoricamente, acho que ninguém diria não categoricamente, justamente por isso que eu falei, porque a editora, no fim, são as pessoas que fazem a editora, e se elas tão fazendo a editora hoje pelo selo x, com mais estrutura, amanhã, elas podem recomeçar uma editora pelo selo y, entende? Eu não vejo muito problema, não, em fazer algo...recomeçar com algo mais estruturado, enfim.

Bom, a minha última pergunta é mais...claro que isso fica evidente pelo catálogo, mas, na tua visão, qual é o principal diferencial da Elefante no mercado editorial do Brasil?

Olha, eu acho que a gente publica livros de esquerda, livros, assim, mais contestadores, são poucas as editoras que publicam esses livros no Brasil. São cada vez mais numerosas, mas são poucas ainda. E a gente faz isso com uma qualidade editorial que se destaca na bibliodiversidade brasileira, eu acho. É uma qualidade editorial tanto em termos de design, quanto em termos de trabalho editorial, mesmo, com o texto. Tem muitas editoras de esquerda como nós que não têm, nunca tiveram, talvez agora estejam tendo um pouco mais, mas nunca tiveram muito apuro estético, acham que é frescura, ou acham que o texto...não têm muito cuidado com o trabalho do texto, enfim. Então eu acho que a gente teve um destaque por conta disso, tanto pelo trabalho estético, quanto pelo trabalho

editorial, porque costumam dizer também para a Bia, que é minha sócia, diretora de arte, que o trabalho dela é o principal responsável por as pessoas se interessarem por um livro, pegarem um livro, seja na prateleira, seja na Internet, enfim, é aquele contato. Mas o meu trabalho, que é o editorial, no caso, é responsável pelas pessoas continuarem lendo o livro e se interessarem por outros livros da editora, porque um rostinho bonito não sustenta um leitor, né. Eu, como leitor, minha experiência como leitor com editoras de esquerda, mesmo antes de ter editora, né, era muito frustrante, assim, [pensava] "que livro legal", aí você pega, um monte de erro, tudo mal feito, aí você fala "ah, não dá". Então, acho que leitores de esquerda aqui no Brasil estavam muito acostumados com esse descaso editorial, e a gente veio com uma outra proposta. Eu não tô dizendo que os nossos livros não tenham erro. Claro que têm. Todo livro tem erro, é muito difícil um livro que não tenha nenhum erro, mas acho que a gente trouxe uma preocupação um pouco maior com a qualidade do material de esquerda. Não é porque é um livro de esquerda que ele tem que ser feio, que ele tem que ser mal feito, que tem que ser feito nas coxas [sem cuidado] "porque é frescura". Não é frescura.

Observação: posteriormente à entrevista, uma pergunta adicional foi feita via e-mail no dia 04/12/2020.

Qual é a tiragem média que costumam imprimir? Pelo que contei lá no site, vocês têm 63 títulos ativos no catálogo, certo?

Estamos imprimindo uma tiragem média de 2.000 exemplares. Sim, temos 63 títulos no catálogo.

ANEXO 6

Hugo Xavier - E-primatur (Lisboa, Portugal)

Data: 28/05/2020

Duração total: 1h 42min

Via: Zoom

Gravação em formato de vídeo

Então, Hugo, eu queria começar por perguntar, na verdade, pedir que o Hugo faça uma introdução, um breve histórico da editora...

Muito bem.

Quem a criou, quando surgiu...

Muito bem. A E-primatur faz parte de uma chancela, de uma editora que tem um nome comercial, que é a Letras Errantes, que não tem qualquer realidade a não ser a realidade jurídica como nome da empresa. Foi criada em 2015 por mim e por Pedro Bernardo, que era editor das Edições 70 do Grupo Almedina, e eu na altura estava, basicamente, a trabalhar como *freelancer* em termos de edição e tava à procura exatamente de...ou seja, o último projeto que eu tinha tido, tinha sido na Babel, no Grupo Babel, que foi um projeto que falhou, quer cá, quer no Brasil, que era uma intenção era estar no Brasil, mas aquilo correu tudo muito mal. E, portanto, eu tinha estado a trabalhar para várias entidades, que faziam livros para bancos, para uma série de outras coisas, mas estava à procura de voltar à edição para fazer qualquer coisa muito mais próxima daquilo que tinha sido meu trabalho na Cavalão de Ferro, onde eu tinha sido um dos editores fundadores, e queria ver se encontrava um modelo editorial que fosse mais adequado aos tempos que corriam. Estávamos a falar do pós-crise de 2008, que foi uma crise que teve repercussões em Portugal bem à vontade até 2015. E, portanto, estávamos à procura de qualquer coisa que fosse diferente. O Pedro Bernardo, quando saiu das Edições 70, também tava cansado de um determinado tipo de modelo editorial, em Portugal, que está muito desligado da realidade das pessoas, dos leitores...não têm contato, são empresas que se fecham, é algo que acontece muito com as editoras em Portugal, fecham-se muito em 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. E, portanto, nós estávamos à procura dum modelo, de uma ideia que fosse um bocadinho diferente. E, ao longo do ano de 2015, tivemos várias reuniões para definir o que

poderíamos fazer. E foi...tivemos a ver vários modelos no estrangeiro e vimos que havia possibilidades de trabalhar na área do *crowdfunding*, com base naquilo que são projetos diversos, que existem vários agora muito no mercado de língua inglesa, editoras como a And Other Stories [editora independente britânica] que funciona não propriamente por *crowdfunding*, mas por subscrição e mais umas quantas. Quando vimos que...o *crowdfunding* em Portugal é uma coisa muito...Tudo que é comércio eletrônico em Portugal era uma coisa que até agora com a crise do COVID era muito pouco usada ainda, ou seja, quando era usada, era para fins de ciência e coisas que se pudesse associar de alguma maneira a esse tipo de atividade. E, portanto, pegava também numa população que é geralmente uma população mais jovem e mais aberta a lidar com novas tecnologias e fazer pagamentos online, que é uma coisa da qual o português continua a ter muita desconfiança. E, portanto, o que isso nós consideramos? Primeiro de tudo, é anunciar que a editora seria por *crowdfunding*, mas ter a consciência, uma coisa que nós sabíamos à partida, que o *crowdfunding* dificilmente nos primeiros quatro, cinco anos devia pagar as edições. E, portanto, a editora estava, o projeto em si, estava preparado para suportar os custos e, exatamente, dar essa pegada que o público ganhasse confiança no processo em si, em comprar online e que, de fato, apesar de pagar à frente, os livros chegavam, e chegavam bem e bem-feitos. E, portanto, foi um processo de ganho de confiança que nós tivemos que trabalhar por esse lado. O objetivo, portanto, foi usar o *crowdfunding* e continua a ser o objetivo e, muito sinceramente, dada a evolução que agora o mercado deu pras compras online durante o período de COVID, de fato, um acréscimo enorme de compras online, dá pra estimar que, mais ou menos dentro de três anos dessa pandemia e qualquer coisa nós conseguimos ter uma boa parte dos livros que publicamos, não vou dizer todos, de maneira nenhuma, mas uma boa parte deles pagos, 70%, 80%, por *crowdfunding*. E isso vai ser importante porque, quando nós começamos, na realidade, tínhamos cerca de 14 ou 15 apoiantes em média. Hoje em dia, já temos médias de apoios que vão pra 70, 80 apoios e, portanto, a coisa mudou completamente, as pessoas têm ganho confiança e todos os dias temos novos apoiantes. Um modelo, basicamente, que passava por essa questão do *crowdfunding*, mas apoiado naquilo que são os mecanismos psicológicos que estão por trás das pessoas se envolverem em processos de *crowdfunding*, ou seja, são processos de confiança em que, portanto, era obrigatório que o produto publicado pelo editor tivesse muita qualidade, porque se não tivesse, as pessoas não se fidelizavam, basicamente, ao projeto. Isso, por um lado. Por outro lado, era muito necessário que fosse um projeto de reconhecimento mais geral e, portanto, também, daí,

a necessidade de nós publicarmos mais clássicos do que outros tipos de livros. Pra que se cairmos na tentação e...muitas vezes acontece, de editoras que até aparecem com projetos novos, mas de publicarem muitos autores novos, de...isso não transmite uma noção de qualidade ou de confiança a um público que está a iniciar no processo. Os clássicos, de alguma maneira, por assim dizer, fazem “cama” para o resto do processo daquilo que se possa publicar mais e também daí o objetivo. Verdade seja dita, que é no meu caso, que é no caso do Pedro Bernardo, havia uma intenção muito clara de publicar clássicos, pelo simples motivo de que, dentro do tipo de editoras que trabalham ou com *crowdfunding*, ou com processos da angariação de apoios, etc., não havia nada que estivesse a trabalhar em termos de clássicos. E, mesmo no estrangeiro, a maior parte das editoras que recorrem a esse tipo de apoios, recorrem a esse tipo de apoios para nova ficção, ou ficção e tradução, por exemplo, os tais esquemas de subscrição para tradução de novelas, não são contos, nem são romances, é ali um formato intermédio, o romance curto, vamos dizer assim, de literaturas que são menos habituais em tradução para o mundo de língua inglesa. E, portanto, aqui a questão era muito...como garantir uma estabilidade de um modelo que tinha de se impor, ao mesmo tempo em que estava a se afirmar e, portanto, esta dupla intenção tinha de ser conseguida, de fato, como digo, pela qualidade e pelo reconhecimento. Se nós publicássemos autores conhecidos, nós teríamos o reconhecimento do público. E permitimos, depois, gradualmente, irmos acrescentando obras que nós achamos importantes, estar aberto àquilo que o público nos sugere e propõe, e isso era uma coisa que era...que fazia parte desde o começo do processo, mas que também tínhamos a noção que só iríamos ter muitas propostas, ou mais propostas, concretas, a partir do momento em que ganhássemos a confiança do público. Portanto, tudo isso, para usar uma expressão portuguesa, “é uma pescadinha de rabo na boca”, em termos de...tudo está interligado e, se não se conseguisse uma coisa, não se consegue outra. O projeto correu bem, apareceu em 2015, surpreendentemente, isto é... obviamente que a imprensa conhece-me, conhece o meu trajeto na edição, comecei o trajeto com o Pedro Bernardo e, portanto, conseguimos, logo, o que foi uma coisa surpreendente, porque muito que haja um reconhecimento do nosso trabalho, a imprensa em Portugal costuma ser lenta a fazer o reconhecimento, mas a verdade é que nós tivemos logo dois livros, três livros, escolhidos como os livros do ano em 2015 por principais órgãos de imprensa. Enfim, isso deu uma grande ajuda logo, por poder usar esse argumento para junto com o público que nós estávamos a tentar cativar e motivar com um novo tipo de projeto. Foi importante, foi muito importante.

Eu queria fazer só uma pergunta ligada ao que o Hugo está falando: essa questão da imprensa tradicional, então, no início da editora, diria que a imprensa tradicional foi um grande veículo para divulgar? Ou vocês usaram canais alternativos, também, de divulgação?

Não, nós usamos todos os canais possíveis. Ou seja, como a editora também funcionava através de...aliás, funciona, através de *crowdfunding*, isso de estar, essencialmente, sediado na internet, nós usamos muito o meio de imprensa digital, dos blogs, convidamos, na nossa apresentação, convidamos especificamente uma série de blogs, blogs de jornalistas, porque não tivemos sorte nenhuma, porque no dia em que apresentamos, não só aconteceu um enorme acidente em Lisboa de trânsito e que impediu que a maior parte dos jornalistas chegassem lá, como, ainda por cima, aconteceu mais três ou quatro eventos e nós marcamos com muito menos antecedência, mas, pronto, com maior projeção, naturalmente. Mas depois os jornalistas que não puderam ir, e os blogs, contactaram-nos por escrito e fizeram várias perguntas e, portanto, por bastante tempo, todo o projeto foi muito propalado. Um dos grandes impactos, por exemplo, foi a imprensa online, foi O Observador [jornal português]. Houve um grande artigo do jornal O Observador online que fez com que, de fato, houvesse muita gente a inscrever-se no nosso site, pra saber mais informações, pra conhecer os projetos, etc., e muitos deles são, ainda hoje, compradores regulares de livros. É muito interessante. Mas, pra responder também à sua pergunta, na outra perspectiva, a imprensa...isso agora vou falar de experiências, já de outros tempos, a imprensa física, por assim dizer, tem uma importância em Portugal não tanto sobre as vendas, ou seja, a influência sobre as vendas é muito reduzida, por muito que, de repente, se toda a gente, nos jornais, nas revistas ou na rádio e na televisão, esteja a falar de um determinado livro, não é isso que faz vender mais, a não ser que haja uma...que o autor seja uma personalidade midiática e que apareça noutros tipos de programas, vá, como naqueles programas da manhã e da tarde, etc. e tal. Portanto, fora isso, não é propriamente a imprensa que funciona, mas funciona, e essa é a parte importante, funciona como instrumento de credibilização. Ou seja, só aparece, supostamente, na imprensa física uma coisa que seja garantida, que seja segura, que seja um projeto fiável. E, portanto, é por aí que nós, também, fizemos esse esforço de aparecer logo no começo.

E já aproveitando essa questão de algo fiável, algo de qualidade: o que, para vocês, é um livro de qualidade? A pergunta é superampla.

Isso é uma daquelas perguntas, com a intenção do autor, do Foucault [Michel Foucault]. É, não...isso tem a ver com uma coisa muito simples. Quando eu digo, e isto tem a ver, há critérios de escolhas dos livros no nosso catálogo, ou seja, não somos só nós, temos um conselho editorial, temos um conjunto de pessoas que são de nomes importantes em várias áreas, mas que são quase todas relacionadas com o livro e que dão as suas opiniões sobre as obras que nos são propostas e sobre as nossas próprias propostas enquanto editores. Então, são coisas discutidas. Enquanto, como a Jéssica saberá, na maior parte das editoras, muitas delas são ligadas a esse tipo de projetos, que trabalham...quer em *crowdfunding*, quer em novos mecanismos, não há critérios editoriais, é uma questão que tem a ver com os valores do que as pessoas pagam. O que significa que os catálogos que saem dessas editoras, são catálogos que não são filtrados por qualquer sistema de qualidade, são basicamente pagos. E, portanto, é difícil, de alguma maneira, definir a coisa, no processo editorial, definir uma literatura de qualidade que não seja pelo próprio processo editorial da sua situação.

Na pesquisa, eu gostaria de entender o que é uma editora independente e tentar traçar uma definição, vamos dizer assim, de vários aspectos, desde a questão prática, do funcionamento desta editora, para a área profissional de quem trabalha nela, enfim, diversas questões. Então, pra começar algumas perguntinhas mais práticas...
Muito bem.

Eu queria entender qual é a formação dos colaboradores da editora, qual é a área de formação.

Ok, eu sou mesmo formado em Letras, portanto em Literaturas Modernas, que era um tipo de curso de Letras, coisa da qual eu me arrependo terrivelmente, eu preferia, de longe, ter ido, agora que já sei, preferia, de longe, ter ido pra Economia, e depois teria me dedicado aos livros na mesma. O Pedro Bernardo vem de uma área diferente, vou cometer uma gafe e não vou lembrar da área, eu creio que ele vem da área de Marketing, mas sempre gostou de livros e, portanto, trabalhou muito, também, nessa área. Nós, no começo, tivemos a colaboração do João Reis, que é um escritor e também já tinha sido editor numa pequena editora no Porto, mas é um editor externo, ou seja, ele basicamente estava a colaborar conosco para dar ideias. E a formação dele é da área de Veterinária,

sem ter concluído o curso, depois abandonou o curso, porque queria se dedicar aos livros, e aos livros se dedicou. E, portanto, basicamente, a formação é um bocadinho indiferente. Acho que nestas coisas, como na maior parte das editoras, nós basicamente fomos para os livros porque gostamos deles. Independentemente da formação e da área de formação.

Isso é curioso, porque a maioria das pessoas acha que é o curso de Literaturas que vai encaminhar, quando, na verdade, a gente lida mais com o mercado do que qualquer outra coisa.

É. É isso.

Bom, uma outra questão: eu queria entender se pra vocês a editora é um hobby ou é, hoje, a principal ocupação de vocês, se vocês a consideram uma empresa também.

Hum, é assim: eu vou falar primeiro no meu caso, porque é sempre mais fácil nós descrevermos aquilo que se passa conosco. Eu, quando me meti neste projeto, tinha a consciência já, já estou trabalhando no mundo da edição desde 1999 e tenho noção de que é muito difícil subsistir na área da edição em Portugal, por uma questão de dimensão de mercado. E, portanto, vivi, já tive projetos que me pagaram as contas, mas, claramente, esse projeto não é um hobby, nunca dessa maneira, nunca o vimos dessa maneira, mas não estávamos propriamente, quer eu, quer o Pedro Bernardo, à espera de...dependentes dele para viver, pronto. Por isso, eu trabalho basicamente na E-Primatur em *part-time* e sou coordenador na imprensa da Universidade em Lisboa, que, nesse momento, é o principal sustento da minha vida. Mas isso foi uma coisa negociada com a Universidade de Lisboa, ou seja, sabiam perfeitamente que teriam metade do meu tempo e, também, tentamos, por uma questão lógica e transparente, o projeto da Universidade de Lisboa é um projeto que funciona dentro do mecanismo da administração pública e, portanto, é muito mais lento, ou seja, a necessidade que uma impressão na Universidade de Lisboa tem do meu trabalho também não me justificaria nunca a tempo inteiro, portanto, é uma coisa que, na realidade, é um sistema em que todas as partes ficam a ganhar, e pronto. E sabíamos, perfeitamente, que os primeiros anos da editora dificilmente nos poderiam, de alguma maneira...sequer poderíamos, de alguma maneira, sequer poderíamos tirar ordenados. Portanto, tivemos algumas ajudas de custo, como, por exemplo, para os pagamentos que temos...pra Internet, para os transportes, isso com certeza fomos conseguindo tirar esse tipo de apoios, mas, neste momento, a editora estará a um ou dois

anos de conseguir pagar ordenados mínimos aos seus colaboradores. E isso, pronto, é um...

Mas é um plano, vamos dizer assim? O plano é que...

Sem dúvida, sem dúvida, ou seja, a ideia é que esse projeto se torne sustentável – sustentável ele foi sempre – mas que nos permita também sermos sustentados por ele, com certeza.

Ser reconhecido pelo trabalho, certo?

Sim.

E uma questão mais prática: como funciona a editora, tem um escritório próprio? Ou cada um trabalha de casa?

Desde o começo, nós tivemos sempre um espaço físico, porque, de uma forma ou de outra, nós precisamos ter armazéns. E, para o nosso segundo negócio, não se justificaria termos que contratar serviços de logística, de armazenar os livros, porque isso funciona para dimensões muito maiores. Para o nosso pequeno volume, seria muito mais dispendioso e comprometeria o orçamento. E, portanto, nós tivemos sempre, dividíamos na presença, num espaço físico, uma vez ia um, outra vez ia o outro, tivemos o nosso primeiro armazém na zona de Belém, em Lisboa e, depois, quando as vendas começaram a subir bastante, mudamos para perto do sítio onde mora o Pedro Bernardo que é pra lá de Torres Vedras e temos um pequeno armazém lá, porque, obviamente, as vendas são bastante mais baixas e permite-nos, de fato, ter uma estrutura mais sustentada. Eu vou lá de vez em quando, o Pedro, porque está mais perto, está lá mais tempo e, pronto. E, portanto, permite-nos ter um pequeno armazém, que vive como armazém. Porque o resto do trabalho editorial, nós, na realidade, fazemos em casa, não precisamos de estar propriamente no local. É a operação logística que obriga a ter um espaço físico.

Agora vou fazer uma daquelas perguntas super amplas. Mas, Hugo, para ti, o que é uma editora independente? Claro, no caso de vocês.

Não, claro. Eu acho que isso é muito arriscado de se pensar genericamente, porque são coisas...são rótulos que a sociedade gosta de colocar em determinadas áreas de negócios que não...pra mim não fazem grande sentido. Eu abomino estar a falar desse tipo de conceito. Ainda agora, nós vimos, não sei se a Jéssica esteve atenta a isso, o surgimento

da Rede de Livreiros Independentes [RELI], e o surgimento da Rede de Livreiros Independentes vem com uma carta dirigida às instituições portuguesas para pedir apoios. Ora, se eles são independentes, não podem viver de apoios, mas isso são pequenas coisas que me perturbam muito, quando as pessoas vêm me falar de editoras independentes e livrarias independentes e outras coisas. Na realidade, eu tenho, eu não sei que editora em Portugal não é independente e quando perguntam o que que é independência, é independência de quê? É a independência de um estado, é a independência de um grupo econômico, é independência de quê? E, portanto, essa não definição de modelos pra mim, deixa-me sem, propriamente, sem uma resposta. Obviamente, que uma editora como a Letras Errantes e a E-Primatur e as outras chancelas que nós temos, nós estamos dependentes de quê? Estamos dependentes do Pedro Bernardo que, neste caso, foi o sócio capitalista da editora. Não estamos dependentes mais de nenhuma instituição, mais de nenhuma organização, mas também não lhe digo que se nós não conseguimos ter...se nós conseguimos ter metade do nosso capital suportado por apoios de tradução e de edição dados por instituições, que nós não o fizéssemos. Se conseguíssemos isso, conseguíamos produzir bastante mais livros do que aqueles que produzimos. Portanto, eu não tenho...não gosto de me agarrar a esses rótulos, não consigo sequer perceber o que é uma definição de editora independente. Porque vejo, sobretudo, pequenos editores acharem que são independentes, relativamente a editoras como a Leya ou como a Porto Editora, etc. Mas, na realidade, 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. Porque, não sei, é uma coisa que, pra mim, é sempre difícil de responder quando ouço esses conceitos. Não sei mesmo o que dizer numa situação dessas.

É o que o Hugo quis dizer, é aberto.

Como eu não sei explicar, eu não dizer o que somos ou o que não somos.

Agora em outro ponto de vista, então, falando da questão mercadológica, de marketing. Como vocês se diferenciam, como diria que se diferenciam de outras editoras?

Eu acho que, basicamente, é pela proximidade aos leitores. E, também, aos livreiros, ou seja, nós procuramos, dentro das nossas possibilidades, porque somos só dois,

procuramos ser...estar o mais próximo possível, responder pessoalmente, não mandar respostas frias, é analisar caso a caso, falar com as pessoas e, portanto, e ter, também, essa lógica. Com uma consciência, eu acho que isso com o tempo não seja bem uma estratégia, é um fruto da experiência, que é a nossa noção de como é que funcionam as interações entre os leitores. Ou seja, muitas vezes – e tem a ver com a nossa realidade no mercado em Portugal – muitas vezes o sucesso de um livro está mais garantido pela forma como esse livro chega a um leitor, e esses leitores, a quem o livro chegou primeiro, conseguem transmitir a outros leitores, portanto palavra por palavra, passa de boca a orelha, com uma série de expressões que resultam nisso, tem muito a ver com esse tipo de espírito, de comunidade entre os leitores. Porque os leitores não são muitos, em todo o mundo nunca são muitos, são sempre uma franja das populações de vários países e, geralmente, precisamente, porque são uma franja da população desses vários países, têm uma tendência a aproximarem-se uns dos outros para trocar opiniões, para trocar gostos, para discutir as suas opiniões. E o que nós fizemos muito, na nossa preocupação na comunicação do marketing, foi sempre apelar a este espírito de comunidade, que se encaixa perfeitamente, somos somos...temos um projeto que trabalha essencialmente em *crowdfunding* e, portanto, um projeto onde podemos apelar à comunidade dos leitores para que, exatamente, participem, enquanto comunidade, na construção da editora, no apoio ao projeto, etc. Mas...não é propriamente uma estratégia, isto é o conhecimento de como é que os leitores funcionam e como é que os seus mecanismos de comunicação entre si resultam, portanto, foi por aí que, também, trabalhamos.

E vocês utilizam alguma plataforma específica para manter essa comunidade de leitores?

Nós podíamos exatamente ter fechado isso através dum grupo no Facebook ou de um fórum, etc. Mas, exatamente, porque nós temos a noção, também, e isso é outra característica específica do leitor português, que é a pouca disponibilidade para trabalhar com as novas tecnologias. O leitor português, por natureza, é ainda pouco digitalmente apto. Nós decidimos, exatamente, não criar um mecanismo único, que pudesse, de alguma forma, segregar o público. E, portanto, preferimos estar presentes nas redes sociais, obviamente com enfoque no Facebook, porque o Facebook é, das redes sociais — e por isso, também, está a perder um bocadinho da sua força — é muito mais focado na palavra, no texto, do que o Instagram e outras redes sociais. E, portanto, também o público leitor tem uma tendência a estar muito mais próximo desse tipo de rede social do que de uma

rede social como o Instagram, porque o Instagram está associado a outros gostos e outros interesses, que são muito mais visuais e muito menos de texto. E, portanto, focamos mais aí, o que não quer dizer que nós não estejamos no Pinterest, no Twitter, numa série de outras redes sociais, mas preferimos exatamente não fazer um grupo de discussão no Facebook e não criar um fórum e não sei quê, exatamente para que nossos canais sejam muito transparentes e muito imediatos para o contato. Portanto, os comentários no Facebook, uma caixa de contato no site, que estamos a melhorar agora, estamos a trabalhar, exatamente, em como melhorar o site nesse sentido, criando caixas para sugestões e uma série de outras coisas. E, sobretudo, sendo muito ativos, através das nossas redes sociais e, sim, usamos plataformas de *newsletters* para trabalhar, a maior parte das plataformas de *newsletters* oferecem basicamente os mesmos serviços. Mas mantemo-nos muito ativos nesse tipo de interação que procuramos ter com o público através dos mecanismos que sejam os mais simples para o público trabalhar. Porque, de fato, nós temos muitos leitores de muita idade, que não sabem trabalhar com a maior parte destas questões, têm muitas dificuldades para estar a se inscrever, em criar contas e mais contas num fórum, num grupo, e não o quê, e não sei mais. Não sabem fazer esse tipo de coisa. E isso é um retrato, também, do nosso público leitor. Mas, depois, temos muito público jovem ou mais jovem, vamos dizer assim, que lê e que também não é assim tão...

Tão digital.

Exatamente. Portanto, estas coisas são divisões que nós tivemos a ponderar muito bem, perceber muito bem o tipo de leitores que existem em Portugal. E, portanto, sabendo que podemos usar todas essas plataformas e usando-as quando forem necessárias. Já fizemos duas ou três campanhas e situações que usaram outras plataformas e outros mecanismos que não os nossos mais tradicionais, mas são coisas pontuais e que são muito dirigidas por públicos específicos. Através, por exemplo, da nossa chancela Bookbuilders, que é mais radiada no tipo de catálogo que publica, já fizemos algumas campanhas através de plataformas específicas, que agora eu também não vou me lembrar, mas que foram orientadas para um certo público, que são universitários, e dentro de áreas de saberes específicos, que foram feitas de outras maneiras que não aquelas que nós trabalhamos tradicionalmente. Mas, claro, são coisas pontuais e que estão dentro dos meios em que se movem determinados tipos de públicos.

Então, vocês diriam que têm um nicho específico de trabalho? Vamos dizer, tanto no gênero dos livros publicados, quanto no público-alvo?

Para já, uma coisa importante aí para ligar a conversa à questão anterior. A nossa plataforma, o nosso site enquanto plataforma de *crowdfunding* foi desenhado de raiz. Ou seja, foi o sistema criado de base, porque não existia nada. As poucas plataformas que existiam de *crowdfunding* em Portugal tinham regras de mercado decididas por lei, ao contrário daquelas que existem nos sites dos Estados Unidos, porque como é um mercado muito mais liberalista, está à vontade para fazer o que quiser e criar as suas próprias leis. Nós temos uma lei que, por acaso, surgiu conosco, ou seja, nós aparecemos em final de 2015 e a lei do financiamento coletivo português para o *crowdfunding* apareceu exatamente, também, creio eu, em novembro de 2015. E, portanto, nós tivemos muito clara a nossa plataforma, e pensar a plataforma em função do público que tínhamos e das regras que o sistema impõe. E isso é, também, de alguma forma, o retrato dos livros e da escolha dos livros numa orientação, para que, o que nós podemos ir buscar em termos de público e, portanto, o público-alvo, e para que... podemos também, de outra maneira, puxar o público desse tipo de livros para um sistema de *crowdfunding* ao qual eles não estavam habituados. Portanto, na realidade, a interação acaba por ser, um bocadinho, esta.

Ótimo. Agora, mais uma daquelas perguntas super amplas. Mas, por que abrir uma editora?

Isso aí vai ter uma resposta não muito simpática, porque é por uma ou duas coisas e, provavelmente, a mistura das duas. É por gosto e por sadomasoquismo.

[Risos].

Não...Abrir uma editora em Portugal, vamos dizer desta forma, abrir uma editora em Portugal é muito difícil, volto a dizer, por causa de questões do mercado. Nós temos uma população muito curta e temos muito poucos leitores. E não há, não sei a Jéssica, imagino que esteja fazendo um trabalho de investigação, também, sobre o mercado português para poder fazer esta questão, mas estamos a depender de estatísticas que são completamente falseadas, e são falseadas para conseguirem apoios da União Europeia e ficamos muito bem vistos lá fora. A última das estatísticas, e eu estou farto de brincar com isso, que é absolutamente ridícula, é a de 2019, a dizer que 47% dos portugueses leem livros e 53% só não leem porque não têm tempo. Isto é completamente surreal. Ou seja, qualquer pessoa que trabalha na área dos livros percebe que nós temos menos de 5% da população

a ler regularmente livros. E ter menos de 5% da população a ler livros num país que tem uma população fixa no seu território nacional de cerca de 2 milhões e qualquer coisa de população é muito, muito pouco, quando nós temos de dividir os livros e os leitores por áreas muito diferentes de interesses e de gostos. E, portanto, nem todos os leitores leem ficção, nem todos os leitores leem ensaios, nem todos os leitores leem livros técnicos, etc. e tal. E, mesmo dentro deles, depois há assuntos de segmentações enormes. E, portanto, a realidade econômica de trabalhar na área de livro em Portugal é muito, muito, muito difícil. Eu também brinco muito com isso, eu digo sempre: um editor que tenha sucesso em Portugal devia ser contratado para qualquer grande editora do resto do mundo, porque saber triunfar num mercado como o nosso significa que nós conseguimos, num mercado em que temos uma margem de leitores muito maior, nós conseguiríamos fazer maravilhas [risos]. É possível que essa margem em Portugal ou no Brasil que... em outros países que têm, infelizmente, tiveram níveis de educação muito baixos e que, portanto, não ensinam as populações a ler. E eu dou sempre, sempre, sempre o mesmo exemplo: em 1905, nós tivemos os primeiros censos em Portugal, curiosamente, coincidiu na Islândia também, em 1905, que tivemos os primeiros censos. A questão é: ambos os países, em 1905, tinham os mesmos, pouco menos de 5% da população a ler livros. Nós mantemos esse número, eu não tenho dúvida nenhuma, apesar das estatísticas dizerem coisas diferentes, mas isso...tenho vários amigos que trabalharam a fazer estatísticas, portanto, eu sei como é que funciona e sei como é possível ter respostas certas para o tipo de inquérito que está a fazer. Um dos meus amigos, eu não vou revelar aqui o nome, pois isto, obviamente, são coisas que são feitas sob sigilo...um dos meus amigos estava à saída de uma instalação médica a interrogar o português que fosse saindo do médico, a perguntar-lhe: “olha, quando é que foi...costuma ler livros?”. E, obviamente, que o português, mesmo quando não lê livros, tem uma noção de que fica mal dizer que não leu livros. E, portanto, a maior parte das pessoas diziam que “leio, leio leio”. E, depois, o controle para confirmar isso é: “então qual foi o último livro que leu?”. E, finalmente, as pessoas faziam aquela resposta – obviamente, quando não liam livros – diziam aquela resposta simples que é: “ah, foi aquele livro daquela senhora que aparece na televisão, não sei quê, do Prémio Nobel português, o Saramongo”. E isto era reportado como uma resposta válida. E, portanto, imediatamente nas sondagens estas pessoas leem. O que não é provado. Ponto final. Pronto, isso para voltar à conversa dos censos. Hoje em dia, na Islândia, 99% da população lê livros. E nós, no ponto anterior, eu não tenho dúvida nenhuma de dizer que nós mantemos à volta de menos de 5% da população a ler regularmente...Ora, o que que

disto resulta? Isto resulta, depois, em coisas muito simples. Portugal teve, basicamente, ao mesmo tempo da Islândia, a crise econômica em 2008. E a reação da população é completamente diferente, ou seja, em que que resulta uma população que lê e uma população que não lê? Em Portugal, nós tivemos a participação da Troika, que é composta por FMI, pelo Banco Central Europeu, por outras coisas, vieram cá e nos impuseram um conjunto de medidas de austeridade brutal. E nós sempre “sim, é isso, vai ter que ser”. A Islândia? Apresentou-se e propôs uma série de medidas, a população islandesa foi pra referendo e decidiu não aceitar. Como população, reuniu-se e reescreveu, com a participação de toda a população, que reescreveram a constituição que lhes permitiu identificar quais os responsáveis pela crise e por na cadeira banqueiros e políticos. Isto é feito por uma população que tem hábitos de leitura e de conhecimento, e que é participativa e percebe que pode intervir. A nossa população, que está fechada, que são se mexe, que não se informa e que vive daquilo que lhe atiram como migalhas de entretenimento, não tem essa participação e não porta-se como uma população ativa. E isto não é puxar... é, de alguma forma, puxar a brasa à minha sardinha, como se diz. Ou seja, eu tô aqui, obviamente, a dizer que todos devem ler livros? É verdade. Mas estou a dizê-lo muito mais como cidadão do que propriamente como editor, não é por ser editor que digo isso, é porque a nossa sociedade seria muito, muito, muito melhor se conseguíssemos fazer...se conseguíssemos ter mais gente a ler.

Nesse sentido, eu acho que os mercados brasileiro e português se assemelham, apesar da diferença geográfica lógica, mas eu acho que, apesar de, enfim, “ah, Portugal é um país europeu”. E, às vezes, o Brasil olha Portugal como um grande exemplo, mas eu acho que, na verdade, no fundo, é muito parecido.

Os mercados são muito, muito, muito parecidos, há de fato essa ideia de que no Brasil, que eu já não percebo. Aqui, há umas décadas, anos atrás, fazia sentido olhar para Portugal como o modelo europeu de proximidade, porque o nosso modelo editorial e todos...aliás, cultural em geral, é um modelo muito próximo e muito influenciado por um modelo francês. E a França foi sempre o ideal da alta cultura e isso era reconhecido pelo público brasileiro, como era reconhecido por nós, por muitas outras...é verdade. De lá pra cá, isso já não faz muito sentido. Aliás, o mercado brasileiro, em termos editoriais, continua, o público olha pra nós como modelo de qualidade, de excelência, etc. Mas, depois, o próprio mercado editorial brasileiro funciona muito mais, e a proximidade geográfica não perdoa, funciona muito mais no modelo americano. Há muito poucas

editoras com identidade própria, ou seja, são muito mais próximas dos grandes grupos americanos, em que uma grande editora tanto pode publicar um Prêmio Nobel, como pode publicar um livro de culinária, como pode publicar um livro de memórias de um ator ou uma atriz. Então, na realidade, esse tipo de coisas acontece muito, e isso é um modelo americano. E que, geralmente, não resulta, porque não faz...não traz fidelização ao público. E é uma coisa que eu não percebo como é que não há uma melhor...Ou melhor, percebo, é quando as editoras passam a ser geridas por pessoas que não leem livros e são meramente gestoras e que querem hábitos de aí...e acham sempre, acham sempre que é possível pôr o livro a vender mais. É uma coisa inacreditável. E isto é um modelo...quem ler as memórias dos grandes editores do século XX, em todo o mundo, do Carlo Feltrinelli [italiano, filho do editor Giangiacomo Feltrinelli, fundador da rede de livrarias e editora La Feltrinelli] e do senhor Gallimard [editor francês, Éditions Gallimard], dos editores americanos e ingleses todos. Todas as memórias deles contam exatamente a mesma história que foi como, a partir dos anos 60, muitas editoras foram engolidas por grandes conglomerados de empresas, quase todas nas áreas de mídia e à sua frente, de repente, são colocados gestores que vêm de outras áreas, independentemente de qual área, e a ideia é sempre que o livro é uma coisa de franjas, de uma franja da população, como a franja dos leitores, só porque nunca houve uma gestão decente à frente daquilo, que transformasse aquilo num produto de mídia que pudesse ser consumido por todos. E, geralmente, aquilo que é descrito por todos os editores é a mesma coisa, que é: as editoras foram compradas – e eu já volto a questão de Portugal e do Brasil, prometo, mas isto aconteceu em todo o mundo e, portanto, é importante –, as editoras são compradas por esses grupos econômicos, por quê? Porque são reconhecidas como tendo qualidade, porque têm um grande fundo editorial, de grandes nomes de edição e não sei o que mais. Mas, assim que um gestor pega nessas editoras, a primeira coisa que vai fazer é desligar o fundo, portanto, largar o fundo editorial e apostar em novidades e livros do momento. E, portanto, aquilo que dá o valor, e que é reconhecido como valor na compra de uma empresa, imediatamente, é seguido por um gestor, e é aquilo vai largar em função de um objetivo de aumentar a produção, de aumentar rendimentos. Que não funciona, porque...o que paga as contas? Em qualquer editora, de qualquer parte do mundo é o fundo editorial, que são aqueles livrinhos que não vendem mais do que 100, 200 exemplares por ano, mas esses 100, 200 exemplares, distribuídos por vários livrinhos são o ordenado dos trabalhadores. Não é trabalhar à espera dum livro que venda 100 mil, 50 mil, 2 mil ou 1 milhão, porque isso pode acontecer e pode não acontecer. E que, quando acontece,

geralmente, obriga-se que se repita a fórmula de buscar mais livros parecidos com esse. E o que que acontece? Esses livros, parecidos com esse, como o primeiro que teve sucesso, esses livros parecidos vão ser muito mais caros, não vão dar rendimento e vão chupar o investimento econômico que foi feito no livro anterior. Portanto, esses modelos falham sempre. Mas, no entanto, é assim que se gerem a maior parte dos grandes grupos de editores na maior parte do mundo. Voltando agora aqui a Portugal e ao Brasil: o Brasil, infelizmente, tem tido grande parte dos seus grandes grupos editoriais a trabalhar muito próximo do modelo americano, com uma pequenina diferença que, felizmente, mantém algumas chancelas com uma independência... reconhecendo as suas especificidades e as suas marcas, mas perde muito com isso e, portanto, não consegue fidelizar público. Fora isso, concordo perfeitamente. A única diferença que nós temos, em termos de público, e aqui vou falar de público, é uma diferença que é muito simples e que é marcante, que é importante, no Brasil existe uma elite, existe uma franja de população rica vamos dizer mesmo isto, de gente rica que reconhece o livro e é, geralmente, um público consumidor, que compra livros caros, compra livros de luxo. Há muitas livrarias, a Jéssica conhecerá isso, há livrarias em São Paulo, no Rio de Janeiro, livrarias bem localizadas que têm, logo na entrada, bancadas com livros que valem, custam, muito dinheiro. Portanto, aquilo só tá ao alcance de bolsos muito elevados. Isso é muito importante: em Portugal isso não acontece. Nós não temos, a nossa elite financeira não tem uma ligação à cultura. Isso é uma coisa muito grave, porque, quer queiramos, quer não, é sempre um exemplo, ou seja, quando nós olhamos para uma pessoa que tem dinheiro e, portanto, tem uma visibilidade econômica, social, maior, e essa pessoa preza e vai atrás de determinados gostos culturais, isso ainda é um exemplo, apesar da nossa população ser cada vez mais desconfiada dessas coisas, mas ainda é um exemplo para muitos, para outros potenciais leitores que não são ricos, são pessoas comuns e, portanto, isso é uma coisa importante, nós não temos isso. Em Portugal, há perda desses exemplos, ou seja, nós temos meia dúzia de pessoas politicamente influentes que, de fato, falam de livros, mas não falam...mas não estão a falar com um público que, geralmente, é inculto, e também não transmitem grande coisa e não se preocupam em ser profundos. E se esse tipo de público, desse tipo de personalidades, que até poderiam falar dos livros, de outra forma, de forma mais profunda e, aí sim, obrigar a que as pessoas se sentissem compelidas a aprender mais, a investigar, a perceber mais...Mas isso não existe. E, portanto, nós nos tornamos numa sociedade facilitista, em que um determinado tipo de exemplo que poderíamos ter e que poderiam levar a que pessoas a reconhecessem, que podia haver ligação, isto é, o que mais acontece,

de nós vemos livros em entrevistas das grandes personalidades do mundo, como Bill Gates e não sei quem mais, e os jornalistas passam muito tempo dizendo que: “ah, o Bill Gates é uma personalidade que lê muitos livros, tá sempre informado, etc.”. Esse tipo de informação era importante na nossa sociedade portuguesa e isso tem algumas influências no mercado, porque o livro é visto como uma coisa cara, é a coisa que mais se ouve das pessoas a darem como desculpas para não comprarem livros é que o livro é uma coisa cara. É absolutamente falso. Ou seja, nos meus tempos de universidade, depois de ter feito o curso, fiz um curso de pós-graduação, de Técnicas Editoriais, e um dos trabalhos que eu fiz na altura, eu não concluí o curso, mas um dos trabalhos que eu fiz na altura foi uma coisa que fiz por minha iniciativa, que foi uma comparação dos preços de coisas comuns, como um jornal, ou o café, e os livros, desde o começo do século XX, pronto, até onde eu consegui encontrar dados até àquela altura. E isto foi no final dos anos 90. E uma das coisas que se nota é que o preço do livro baixou. Relativamente às outras situações, portanto, não há...é um mito, tem a ver com desculpas que as pessoas se dão a si próprias, a mesma desculpa que as pessoas dão a si próprias quando dizem que não têm tempo para ler. Não é verdade. Tudo, tudo, nessa vida se organiza, nós conseguimos organizar a vida. As pessoas que não têm tempo para ler, têm tempo para ir à piscina ou para ir ao ginásio, ou para fazer milhares de outras coisas. Portanto, não é...

Para assistir à Netflix...

Eu acho que é essa a diferença de mercado, Jéssica. Ou seja, nós temos pequeninas variações entre Portugal e o Brasil. Nalguns casos são importantes, nalgumas coisas, em nenhuma delas...as nossas diferenças não são tão marcadas como as nossas semelhanças, isso de maneira nenhuma.

Ótimo, foi quase uma aula sobre o mercado português, muito interessante. Hugo, agora uma questão que eu não sei se o Hugo está familiarizado, mas o conceito de bibliodiversidade é um conceito que vem aparecendo muito na minha investigação. Ou seja, de contribuir com títulos diferentes, títulos que, de fato, vão agregar ao mercado editorial, porque fogem daquela regra dos *best-sellers*, de mais do mesmo, enfim.

Há uns anos atrás, sobre isso, eu como já disse ainda há bocadinho à Jéssica, os conceitos são coisas que me preocupam relativamente pouco. Acho que os conceitos vivem e eu vivo os conceitos, portanto...e eu acho que vou dar um exemplo sobre isso. É que, há uns

anos atrás, quando eu comecei a trabalhar na minha primeira editora, naquela que eu fui sócio, que era a Cavallo de Ferro, uma das coisas que identifiquei, e identifiquei com o meu sócio na altura, identificamos porque éramos leitores, ou seja, primeiro, antes de sermos editores e tudo mais, nós precisamos ler, que é uma coisa que já não acontece com muitos editores hoje em dia. E, portanto, quando nós gostamos de ler, uma das coisas que nós identificamos, quando queremos, também, ser editores, é: "o que é que nós gostamos de ler? O que nós achamos importante, mas que não há no mercado?". Porque, obviamente, se há no mercado, eu não vou ser editor e fazer o mesmo que os outros. Ou, provavelmente, eu não gostaria disso. No caso da Cavallo de Ferro, quando apareceu, aquilo que distinguiu a Cavallo de Ferro das outras editoras foi que nós nos centramos, muito, na tradução de obras literárias de línguas pouco comuns. Era uma coisa que não havia em Portugal. Ou seja, nós, cá em Portugal, era muito simples, tudo que fosse, qualquer coisa de outra língua, qualquer obra literária que não fosse de língua inglesa, ou de língua francesa, era traduzida das suas traduções francesas ou inglesas, ponto final. Havia, obviamente, uma exceção por outra, mas eram coisas temporárias, estavam muito dependentes, por exemplo, de professores convidados das universidades, aqueles os leitores de línguas incomuns que estavam cá um ano em Portugal, que davam aulas de húngaro, ou de russo, ou de outra coisa assim, mas não havia hábitos de tradução de línguas menos comuns, e a Cavallo de Ferro especializou-se nisso. A Cavallo de Ferro fez a primeira tradução literária de japonês para português, fez a primeira tradução literária de islandês para português, fez traduções de polaco, de russo, de húngaro, de chinês, de árabe, enfim, etc. Uma série de outras línguas. E isso, de alguma forma, fez com que, de repente, uma proposta do...que nós não, não passou por nós, mas, de repente, a Cavallo de Ferro foi incluída numa lista que existia, e que está disponível pra consulta, mas acho que já não é uma lista ativa, da UNESCO, que se chamava "*Global Alliance for Cultural Diversity*". E, de repente, nós estávamos no meio desse conceito. E era com isso que eu queria explicar, ou seja, nós percebemos o que que fazia falta e, de repente, passamos a fazer parte de um conceito [risos]. Mas não nos pretendemos para estar dentro desse conceito. No que toca agora à E-Primatur, à Bookbuilders e às editoras em que agora eu trabalho...na realidade, a minha filosofia continua a ser sempre a mesma que foi o que conduziu o meu trabalho na Cavallo de Ferro, depois no grupo Babel, nos outros lados, que é: perceber onde é que o nosso mercado tem lacuna. E o mercado português tem lacunas tremendas, tem buracos negros, que não se justificam na maior parte dos casos, há coisas que não fazem sentido nenhum. Nós estamos aqui, ao lado está o mercado

espanhol, e o mercado espanhol tem cinco ou seis coleções de clássicos, cada uma com mais de 700, 800 títulos, traduzidos de línguas de todo o mundo e tem os fundamentais de todas as áreas. Cá em Portugal, isso não é possível, não existe...A editora que o tentou, durante muitos anos, foi a Europa-América, com sua coleção de livros de bolso, a Europa-América, que faliu, agora, recentemente. E que, durante muitos anos, teve uma coleção de livros de bolso, mas que, depois, caiu na tentação fácil de ter traduções de má qualidade. E, obviamente, que, a partir desse momento, que o que era normal ou visto quando eu era aluno na escola secundária era dizer: “podem comprar qualquer edição desse livro, menos da Europa-América”. Isso era o que diziam os professores e, portanto, quando se criam esses maus hábitos, depois tem-se rótulos como esses, nem sempre essas traduções seriam más, nem todas seriam más, mas o mercado, de repente, como uma boa parte delas era má, começou a dizer que a Europa-América era má, pronto. E isso foi parte do fim de uma editora. Portanto, isto tem a ver muito, também, com a reputação. Por isso é que eu friso sempre que a necessidade de haver um nível médio de qualidade sempre garantido é muito, muito importante. Porque nós somos um mercado muito pequenino e qualquer flutuação de qualidade, de oferta, de sairmos do nosso modelo editorial para irmos para outra coisa tem efeitos muito claros. Voltando à parte da bibliodiversidade: tem a ver com isso. Ou seja, eu, como editor, nunca faria, nunca entraria para um negócio editorial para fazer exatamente o mesmo, ou muito igual, muito próximo do que está a ser feito em Portugal. Mas é uma tendência do mercado que nós não conseguimos evitar, ou seja, o mercado editorial...e nós pensamos sempre nos mercados mais pujantes do mundo...Obviamente, por toda sua dimensão, o mercado americano, embora saibamos que um dos mercados mais seguros, provavelmente, do mundo é o alemão, mas há sempre a tendência de que todos os grandes grupos editoriais tendem a publicar o mesmo tipo de livros. Mas isto, também, não é uma verdade segura, ou seja, quem vai olhar para o catálogo do grupo Leya em Portugal, da Porto Editora, etc. e tal...se olhar bem, vai ver que há uma porcentagem muito interessante de bons livros, de obras importantes, de obras que têm relevância, etc. e tal. O problema é que a projeção virtual e de marketing dos livros menos bons ou mais comerciais, etc. e tal, e isso são sempre conceitos muito discutíveis, mas que esses livros, que são muito mais para...cujo objetivo é não tanto ter uma influência sociocultural, ao mesmo tempo que se faz um negócio, mas são muito mais livros que se publicam em vários segmentos para ter resultados financeiros. E, portanto, se podemos definir alguma coisa entre o tipo de qualidade de livro que é publicado eu diria que é esta, isto é, talvez, muito mais fácil definir desta maneira do que

estar a dizer "uma literatura de qualidade" ou "uma literatura com menos qualidade", ou seja o que for. O propósito de publicação de determinados livros, de determinados autores é porque, para algumas editoras, é porque dá prestígio e garante um determinado reconhecimento, dentro de um determinado público e, alguns editores pensam nisso, têm importância sociocultural na mensagem que se está a transmitir. Ou seja, o livro com determinadas características, um bom livro de literatura, de ensaios, etc. e tal, vai ter os seus efeitos sociais. Há poucos editores que têm essa preocupação, mas existem alguns que têm. Agora, depois, também, dentro dos mesmos grupos editoriais, a maior parte dos editores é compelida, por parte de seus gestores, que estão à frente dessas editoras, para apresentar resultados financeiros. A partir desse momento, livros que são escolhidos com esse objetivo, pronto, têm um único propósito e esse único propósito é por dinheiro na caixa da editora. A bibliodiversidade vem, e só pode surgir, da análise que editoras que estão menos presas a conceitos financeiros possam ter do mercado. Uma editora, de um grande grupo, vai sempre publicar livros bons por meio dos outros, mas nunca vai ser marcante, ou nunca vai trazer novas correntes, novas áreas, influências diferentes, ou o que seja, dificilmente o vai fazer de uma forma marcante, porque é uma coisa esporádica, que saiu lá de dentro, com o fim de manter um nível de qualidade, se calhar, em determinadas chancelas ou determinadas áreas, que estavam a perder essa qualidade e que existem só para chamar a atenção de um nível médio, que esses grupos querem manter no seu prestígio. O que, mais uma vez, prova que há aqui um desequilíbrio muito, muito grande entre aquilo que esses grupos editoriais reconhecem como valor e, ao mesmo tempo, aquilo que eles reconhecem como seu desejo comercial de realizar. E, portanto, serão sempre os editores mais pequenos a conseguir trazer essas obras diferentes, essa bibliodiversidade. Não há muitas prisões a que eles estão...essas cadeias que prendem as pernas dos editores, [no caso dos pequenos] são muito mais flexíveis e permitem que eles corram riscos e permitem que eles tentem coisas diferentes. Numa editora grande, geralmente a coisa é difícil, não é possível um editor ir a ter com o seu administrador, ou com o diretor, gestor, "ein, sabe, estamos a fazer este tipo de livros que tá a correr bem, mas eu gostava de fazer aqui uma coisa diferente, porque é...porque é bom, é melhor, dá mais prestígio, etc. e tal". E isso só vai ser aceito por esses gestores, administradores, etc., só vai ser aceito se a editora estiver a ter muito bons resultados e, portanto, eles disserem "ah sim, podemos fazer isso porque, de vez em quando, temos de dar a cota da comunidade". Ou seja, qualquer gestor só se sente com espírito filantrópico quando está

à vontade financeiramente. E, na área do livro, é muito difícil se estar à vontade financeiramente, portanto, é uma situação um bocado difícil de resolver.

É um paradoxo, quase. Hugo, duas questões então. Falou da questão de, vamos dizer assim, “tapar buracos negros, lacunas no mercado”. Quais lacunas a E-Primatur quer fechar?

A E-primatur tem o catálogo, que nós definimos no começo do catálogo como a necessidade de...e aqui vou fazer um paralelo um bocadinho diferente, ou seja, enquanto na Cavalos de Ferro o espírito era uma política de autor, para colmatar essas lacunas, ou seja, faltava um autor X e nós publicávamos obras desse autor, na E-primatur, não quer dizer que nós não tínhamos uma política de autor, temos mantido vários autores, mas a nossa principal preocupação é identificar que obra fundamental...ou seja, nós estamos a falar, muitas vezes, muito mais caso a caso, que obra fundamental, numa determinada área, num determinado setor, numa determinada literatura, num determinado gênero, nunca foi traduzida em português ou está esgotada há mais de 50 anos? E os nossos objetivos são trabalhar, sempre, esses tipos de coisas. Ou seja, nós definimos desde o começo...a imprensa queria nos dizer, sempre, que nós publicávamos clássicos. Nós dizíamos "não, alguns livros não são propriamente clássicos, são, sobretudo, obras muito...são obras marcantes, que marcaram, quer a nível nacional, quer a nível internacional, quer a nível local, quer a nível de uma determinada área, ou uma franja de público e, por um ou outro motivo, ou nunca foram publicadas, ou estão esgotadas". Portanto, esse foi sempre o objetivo, temos coisas muito diferentes no catálogo. Obviamente que esse catálogo faz um sentido em si, porque à partida dele é que as pessoas começam a olhar para o catálogo como um todo, percebem que há...ou seja, tudo aquilo que está ali, tem um certo nível de reconhecimento, ou seja, é muito difícil dizer que haja um título publicado pela E-Primatur que não seja uma obra com méritos reconhecidos dentro do seu estilo, dentro do seu país, dentro da sua literatura, etc. Mas, sobretudo, é isso, ou seja, nós estamos aqui e, ainda mais do que eu estava na Cavalos de Ferro, estamos aqui, claramente, a tapar buracos, ou seja, o que falta aqui? Falta aquilo? Vamos publicar texto. Nesta área, o que que falta? Portanto, o que vale a pena publicar, obviamente, pois o critério é sempre dos editores, das nossas conversas com os nossos conselheiros editoriais. Porque tem que ser sempre humano, não temos que estar a fazer coisas por listas. Não é porque, de repente, faltam todos os clássicos greco-latinos e, de fato, faltam imensos em Portugal, que nós tínhamos um mercado que os consiga absorver. Portanto,

nós temos que tomar decisões em função das realidades de mercado. Agora, dentro das realidades de mercado, há muita coisa diferente que falta. E nós podemos tanto publicar, de repente, as obras do Mário-Henrique Leiria, que é o nosso grande escritor surrealista português, que durante anos, e anos, e anos, e anos, teve numa editora, entretanto, também já falida, mas que não fez mais nada pelo autor, para além daquilo que fez, e foram três livros, ou seja, quando era um autor que vendia imenso e que tinha bastante público, e público que o seguia. E, de repente, o que nós verificamos foi que a editora que o publicava nunca fez um esforço sequer para ver se o autor...que, no entanto, tinha morrido, mas se tinha deixado mais coisas escritas, se fazia sentido reeditar a obra dele com uma nova apresentação, etc. Esse tipo de trabalho não foi feito. Nós, aí, decidimos intervir e fizemos...e o Mário-Henrique Leiria, nas nossas edições, correu muito, muito bem. Nós queremos, ao mesmo tempo, estar a fazer isso. Queremos, ao mesmo tempo, anunciar, como anunciamos, vamos fazer, no final deste ano, o primeiro volume da tradução dos contos de ficção curta, completa, do Mikhail Bulgákov [escritor russo]. Porque a literatura russa nunca...teve poucos tradutores da língua original e, quando é traduzido, é traduzido muito com base nos clássicos e intocáveis, o Dostoiévski, Tolstói, Turguêniev, etc. e tal. Mas, raramente, vai para aqueles escritores que já estão a fugir desse período clássico. No caso, o Bulgákov, que é exatamente um autor de transição, era um autor que teve, durante muitos, muitos e muitos anos, as suas obras unicamente disponíveis a partir de traduções feitas das traduções francesas. No caso da ficção curta, houve um livro, publicado em Portugal, uma coletânea, mas que não apresenta sequer um décimo daquilo que nós vamos publicar e, portanto, o resto está tudo inédito. Fazemos isso, mas também podemos estar a publicar...vamos publicar agora uma nova tradução do "Os Sete Pilares da Sabedoria", do T. E. Lawrence, que é uma obra fundamental em tudo que é literatura de viagem do mundo moderno, literatura autobiográfica, por assim dizer, e que só tinha tido uma tradução portuguesa da Europa-América. Então, não de muito boa qualidade. E que estava esgotada há décadas. E, portanto, esse tipo de tapa buracos é muito caso a caso, e é muito consoante à identificação, lá está, das tais lacunas no mercado.

Então, só por uma questão prática, assim, da editora, vocês contratam profissionais *freelancers*, por exemplo, para fazer traduções novas ou vocês já pegam traduções prontas?

Não, isso...o processo não difere muito daquilo que acontece já, normalmente, em Portugal. Ou seja, as editoras trabalham quase sempre com tradutores *freelance*, com revisores *freelance*, porque não há...com a nossa economia de mercado, não há...muito dificilmente, salvo os grandes grupos editoriais, lá está, como a Porto Editora, a Leya. Para a área escolar...porque, para os livros generalistas, eles também não têm residentes que conseguem estar...que para um livro escolar, que está, de fato, sob contrato e está lá a trabalhar todos os dias. Mas quando saem desse mercado e vamos para as edições generalistas, não há capacidade financeira para ter um...

Um tradutor permanente.

Não, não dá. Não é mesmo economicamente viável. E, também lhe digo que, se calhar, isso até é melhor para os revisores e os tradutores. Aqueles que são bons e que sabem passar o seu método, provavelmente, ganham mais assim do que...

Se estivessem em uma editora só.

Do que se tivessem trabalhando em uma só editora, exatamente. Acho que não.

Falando nessa questão, pronto, o Hugo comentou que não gosta de rótulos, que o termo editor independente, não sabe, enfim. Mas, então, vamos tentar pensar, de repente, em uma editora menor comparada a um grande grupo editorial. Qual seria a maior diferença, no processo, por exemplo, na cadeia de produção desse livro, o que diferencia mais uma editora pequena de uma grande? E outra questão, na opinião do Hugo, editoras pequenas querem se tornar uma editora grande? A E-primatur, por exemplo, tem a vontade, o desejo de se tornar uma editora grande e de mudar o seu processo editorial para o que costuma ser de uma editora grande? Então, duas questões: qual a diferença no processo, nessa cadeia do livro, e se existe esse desejo, essa pretensão, essa vontade de ser uma editora, um grande grupo editorial.

Eu vou responder, como são muitas pergunta encadeadas, se falhar alguma coisa, a Jéssica depois diga.

Tá bem, sem problema.

Para começar, a grande diferença, e depois vem alguém para dizer o que que é melhor, o que não é melhor, mas a grande diferença...Eu, pessoalmente, eu já trabalhei num grupo

maior, que foi o Grupo Babel, que tinha pretensões de ser uma grande editora e teve uma estrutura com bastante gente, não era nada comparado com a Porto Editora ou com a Leya, mas era assim uma estrutura com mais de 70, 80 pessoas e tenho um bocadinho a experiência dos dois lados. E o que eu acho que é relevante na diferença é: toda a agilidade que uma pequena editora pode ter. Ou seja, uma pequena editora com muito mais facilidade, que se identifica com o título, que está no mercado por qualquer motivo, e que tem interesse, tem muito mais rapidez em tentar agir para o agarrar. Numa editora grande, o editor tem que perguntar ao diretor de não sei o quê, tem que perguntar ao diretor de marketing, tem que contar a não sei o quê. E, pronto, e depois só a partir daí é que são tomadas as decisões e, se calhar, só depois de um conselho qualquer de administração ou coisa que o valha. Numa editora pequena, há muito mais essa maleabilidade. Da mesma maneira, todo o contato com a cadeia do livro, o contato 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 contatos, não pode, de maneira nenhuma, por mais que quisesse, fazer um contato próximo com todos aqueles que contactam, como fazemos nós na E-Primatur. Ou seja, nós podemos dar respostas personalizadas, caso a caso. Depois, como as empresas grandes são muito setORIZADAS lá dentro, e muito divididas em departamentos e áreas, não podem...ou seja, uma pessoa que esteja responsável por dar determinadas respostas ao público, não pode responder por todos esses departamentos e, portanto, provavelmente tem que passar internamente a informação para que, se a pergunta é sobre a área logística de fornecimento do livro, a resposta já é dada por outro departamento, etc. e tal. Portanto, uma pequena editora vai ser sempre muito mais próxima do público, e eu acho que isso é uma vantagem. Mas, pois, temos as nossas prisões. Isto é, se nós temos agilidade operacional, relativamente a uma empresa grande, uma empresa grande tem agilidade financeira relativamente às nossas editoras. Ou seja, nós temos que ser muito rápidos a tentar contratualizar um livro ou um autor mas, depois, chega uma editora grande, pode vir mais tarde, mas dizer "ah, nós pagamos 10 vezes isso". E, a partir daí, está tudo resolvido. Depende da opinião do autor, ou do agente que esteja a vender o livro, ou que quer determinado tipo de editora, ou quer outro tipo de leitor, ou quer dinheiro. Portanto, estas diferenças que eu diria que existem são estas, ou seja, aquilo que...uma editora pequena tem muito mais maleabilidade, mais ginástica para fazer...para dar respostas rápidas em áreas muito diferentes. Uma editora grande tem, geralmente, muito mais ginástica financeira, portanto, para dar essas respostas. Isso, à partida...vai logo se esperar o tipo de respostas que o público e outros agentes do mundo

editorial que convivem, sejam eles livreiros, sejam os agentes de direitos, que vendem direitos aos vários editores...como fazer as duas opções. Ou seja, pra esse livro, interessa-me falar com uma editora que tem mais dinheiro, para aquele livro interessa-me trabalhar com uma editora que vai fazer mais pelo autor, em possibilidade de composição do autor. E são opções que os agentes editoriais, em função de seus objetivos financeiros, ou dos objetivos que seus os autores impõem, vão ter. Também, isso, no mercado, é assim. Uma pequena livraria, se calhar, prefere ter relações com uma pequena editora, porque nós nos compreendemos melhor, uns aos outros, em termos de flexibilidade financeira, ou seja, lidamos sempre com contas muito apertadas e, portanto, podemos perceber, perfeitamente, quando é que...naquele mês, não deu jeito de pagar e, portanto, é melhor...uma editora grande não vai ter essas contempações. Se uma livraria não pagar, cortam-lhe o fornecimento. E, portanto, isto define modelos de mercado, todos diferentes. E, portanto, são micro, são segmentações de mercado que se criam com objetivos. Agora pensando à outra parte da sua pergunta, obviamente, que todo e qualquer...Isso não, vou corrigir, eu ia dizer uma coisa, mas não vou dizer.

[Risos].

Eu vou falar de mim e vou falar daquilo que eu sei que meu sócio também quer, que é: 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. E, pronto, e isto é o problema de ser, também, um leitor voraz, é que estou sempre a descobrir novos livros que gostaria de publicar em Portugal e, portanto, não para. Mas, também sei, e é isso que me precipitei a dizer, também sei que há editores que estão muito contentes em publicar os seus dez livrinhos por ano. Pronto, e não querem fazer mais que do isso e não têm objetivos de fazer mais do que isso. É válido. Eu, pessoalmente, e sei que meu sócio, temos objetivos de criar uma editora um bocadinho mais, até para nós, um bocadinho mais estável em termos económicos, também, com certeza. Mas, também, daquilo que possamos fazer consoante os nossos objetivos e ambições editoriais. Portanto, temos esse objetivo de crescer. Eu acho, e, portanto, agora, para fazer uma ligação...eu tenho os meus sonhos de, se um dia me saísse o Euromilhões, portanto, a loteria, se me saísse muito dinheiro, ou se eu tivesse um tio muito rico, ou um padrinho muito rico, ou coisa que o valha, morresse

e me deixasse uma fortuna, eu tenho os meus desejos, os meus planos, as minhas ambições para fazer e eu acho que é possível fazer uma coisa mista. Ou seja, eu acho que é possível fazer uma editora de grande dimensão, que publique muitos livros, mas que se organize e se estruture como uma pequena editora, em termos de proximidade ao leitor. Acho que isso é possível. Não é fácil, implica usar modelos que não são habituais e implica fazer adaptações de uma coisa pra outra. Passei muitos anos a pensar nisso, continuo a pensar nisso todos os anos quando olho para os números do Euromilhões, mas tenho essa ambição. Um dia, gostaria imenso de poder fazer. Acho que é possível fazê-lo. Acho que isso implica, por exemplo, fazer uma coisa que não acontece nos grandes grupos editoriais, que é fazer uma grande editora, mas só com pessoas, com colaboradores, com trabalhadores que gostam de livros e percebem bem do mercado do livro. Pra mim, um dos grandes erros dos grupos editoriais é que acabam por contratar uma quantidade grande de colaboradores e de pessoas para várias áreas, muitas vezes em cargos de operacional, e que não gostam de ler livros. Não leem, regularmente, livros e não sabem nada do mercado. Por exemplo, uma coisa que, pra mim, é sempre espantosa é perceber como é que muitos dos meus colegas que trabalham em grandes editoras, e estou a falar de editores, como estou a falar de pessoas de outras áreas. Por exemplo, conheço imensos, aquilo que chamam, hoje em dia, os diretores de marca. Na verdade, são *marketeers*, que estão a trabalhar para esses grandes grupos. E uma das coisas, para mim, espetacular, é perceber que essa gente não vai a livrarias. E uma das coisas que eu me obriguei sempre a fazer, quando eu estive no grupo Babel, foi uma das únicas vezes na vida que eu tive pessoas a trabalhar sobre as minhas ordens, pronto, dá um certo gosto, confesso...

[Risos].

Nunca tive em outras entidades, mas uma das coisas que eu fazia era pegar nos meus assistentes editoriais e íamos passear uma tarde, a cada quinze dias, a uma livraria diferente. Fingíamos que estávamos ali...e o que eu os dizia era sempre a mesma coisa: “ouçam o que as pessoas dizem, por que comentam que gostam de um livro, gostam de um autor, o que gostam em uma capa, não gostam de uma capa, vamos perceber a opinião das pessoas”. E era isso que nós fazíamos, era um exercício que tinha muita, muita, muita importância para percebermos quem é que está do outro lado, porque, senão, nós estamos a fazer aquelas gestões de Excel, como fazem muitos dos gestores das editoras em Portugal, e que não vão a lado nenhum. Eu vou contar só uma anedota muito engraçada,

que é verdade, é verdadeira. Há muitos anos, eu estava a visitar um amigo meu que era diretor comercial numa editora. Uma editora de dimensão média que chegou a ser de média para grande, não vou identificá-la. Entretanto, é mais uma editora que faliu. E, na altura, a editora estava relativamente bem economicamente, presumo eu, e estávamos lá na conversa, estava eu na conversa, e apareceu o diretor principal, o presidente, vamos dizer assim, da editora, a dizer ao meu amigo, diretor comercial dessa editora, vamos chamar de Manuel: “oh, Manuel, o nosso livro, não sei o quê, não sei que mais, está a correr muito bem no mercado, etc. e tal, temos de fazer uma reimpressão”. E o Manuel dizia: “não, não, está a correr muito bem, é verdade, mas ainda temos mais de 1000 exemplares em armazém”. E o presidente a dizer: “Manuel, mas as vendas estão a ser muito grandes, eu tenho aqui os dados, anotei aqui os dados e está a vender muito e, portanto, vamos ter de reimprimir”. E o Manuel dizia: “diretor, mas olha, veja aqui” – e apontava – “ainda temos isso tudo”, “mas temos que reimprimir”, e assim foi e, obviamente, que, a partir desse ponto, reimprimiu-se. Depois, passados uns anos, essa editora vai à falência. Portanto, eu imagino que muitas situações destas derivam da famosa "gestão de Excel", porque o Excel nunca está totalmente atualizado com a realidade das devoluções, por exemplo, é muito difícil fazer essa conciliação. Uns livros vão para as livrarias, mas depois também vêm das livrarias, isso é muito difícil que um Excel reproduza todo o estado real de um negócio do livro, porque há muitos desfasamentos de tempo. Ou seja, quando nós pomos um livro no mercado, nós temos um tempo de vida do livro, mas, óbvio, depois vai tudo pra trás, por exemplo, e isso acontece x meses depois de o termos posto na livraria. O que significa que, depois, a gestão financeira, e a gestão...do produto livro tem pequenos desfasamentos ou grandes desfasamentos, que nem sempre resultam na possibilidade de, naquele momento, nós fazermos uma análise exata do que que...qual é a situação da editora. A editora pode parecer muito bem naquele momento e, passados dois meses, estará a receber duas toneladas de livros devolvidos. Ou seja, de repente, um livro que saiu muito bem, passou a sair muito mal. Portanto, estas coisas são muito difíceis de digerir. Volto a dizer, acho que é possível que trabalhemos com gente que goste de livros, que perceba de livros e que tenha experiência. Acho que é possível fazer um negócio de dimensão maior, produzir mais livros e, ao mesmo tempo, manter um espírito de pequena editora. Não é fácil, implica, também, há determinados artifícios, tem a ver com cultura do trabalho. Por exemplo, uma coisa tão simples quanto esta, eu não sei se a Jéssica tem noção dessa revirada, vou tentar transmitir: eu e o meu sócio numa editora como a E-Primatur, nós

passamos parte do nosso dia a fazer trabalho logístico, ou seja, mesmo que eu não esteja no armazém, estou a responder e-mails comerciais, mandar e-mails para livrarias a perguntar "olha, não nos pode fazer o pagamento? Olha, não quer receber essa última novidade?". Depois, falar com a imprensa, "vou lhe mandar livro X", portanto, são tudo questões operacionais. E, quando chego ao final do dia, é aí que eu vou pegar nas provas de um livro, fazer uma revisão, ler a qualidade de uma tradução que veio, etc. e tal. Isto pra dizer que uma pequena editora é muito mais sensível a todas as áreas do negócio, porque nós temos que nos desdobrar por todos os setores. Numa grande editora, geralmente, o editor só faz um determinado tipo de trabalho. Geralmente, até tem um assistente para fazer a parte chata desse tipo de trabalho e, portanto, basicamente, o contato e a percepção do todo da cadeia do negócio do livro é muito fragmentado. E isso é mau, é muito mau, agora eu vou dizer mesmo a minha opinião sincera sobre o...sobre aquilo o que tenho visto no mercado editorial em Portugal há muitos anos, e imagino que seja assim no resto do mundo. 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, etc. de um crítico literário, etc., eu não vou, nunca, saber como pensar numa estratégia para resolver, ou pra me posicionar nisto. Obviamente, não há estratégias que resolvam tudo, mas há estratégias que podem resolver montes de coisas. Se eu só me preocupo com minha área pequenina, com minha pequenina área de intervenção e com as minhas necessidades específicas numa determinada área, eu não vou correr bem. Ou seja, se eu, como editor, mesmo quando estava numa grande editora, não estivesse preocupado em perceber quais são as necessidades financeiras de um tradutor, de um revisor, que trabalham como *freelancers* e que têm os seus ritmos imensos, e suas contas para pagar todos os meses, se eu não soubesse fazer uma abordagem próxima quando contrato tradutores e quando explico as vantagens de negociar o contrato dessa maneira, e não daquela...Eu, dificilmente, eu conseguiria, como hoje consigo, ligar para um tradutor e dizer: "tenho um trabalho pra ti" e ele dizer "pá, tenho aqui uma coisa enorme, espero logo que acabe e dou-te ajuda". E essas ligações nunca seriam próximas. E quando se cria um distanciamento no conhecimento das necessidades dos diversos agentes do setor, nós, basicamente, estamos a isolar-nos das possíveis soluções para problemas que tenhamos a ter no futuro. E isto acontece muito. Eu acho que boa parte da possibilidade de criar um

negócio numa dimensão diferente e maior obriga a este conhecimento. Obriga a saber um bocadinho de tudo dentro da área em que nós estamos a trabalhar.

Duas questões que eu queria só fechar: então, quais são os principais canais de vendas da editora?

Os nossos títulos mais vendidos são, neste momento, por incrível que pareça, o Mein Kampf, do Hitler, pronto, é incrível, um livro que é proibido no Brasil. Mas não, que vendeu muito, provavelmente seguido de “As Mil e Umas Noites”. Fizemos nossas traduções de “As Mil e Umas Noites” a partir do árabe.

E vocês vendem online, somente online ou também, como você comentou, também trabalham com livrarias?

Não, nós temos uma presença completa de mercado. Jéssica, em Portugal, as vendas online, antes da questão do COVID, não chegavam normalmente a 5% das vendas normais de um editor. Portanto, não é possível viver da venda online. Nós conseguimos e, agora com o COVID, os hábitos de compra online subiram, certamente, mas subiram, certamente, 5%, 8% do mercado, não acredito que seja mais do que isso. Obviamente, podem indiciar que vem aí uma mudança maior e que as pessoas vão ganhar outros...se considera, mas demora muito tempo. Da mesma maneira como, por exemplo, no resto do mundo, aquela ideia de que daqui há uns anos, quando muito se falou, que ia-se passar para os livros digitais e que isso ia passar a ser a realidade e etc. e tal, falhou, falhou completamente. Ou seja, as vendas dos livros digitais são um mito, obviamente, que os livros digitais se vendem, mas quem fizer uma análise de mercado vai perceber uma coisa, que é a grande verdade do livro digital, é que os livros digitais vendem-se muito, mas vendem-se muito poucas quantidades de cada título. O que são é muitos, porque qualquer pessoa pode abrir sua editora e carregar 40 ou 50 livros na Amazon, ou 60, ou 2 mil se quiserem roubar a base de dados toda e isso acontece muitas vezes. Há dezenas de supostas editoras a trabalhar nos Estados Unidos, e só online, na realidade a única coisa que estão a fazer é ir buscar todos os clássicos que estão no Projeto Gutenberg ou em outros sites que têm textos e e-books disponíveis, põem-lhes uma capinha e disponibilizam-nos na Amazon. E são centenas a reproduzirem-se uns aos outros. O que significa é que, quando o público vai à Amazon procurar uma obra do Charles Dickens em inglês, tem, no livro, em digital, tem 100 mil livros oferecidos, títulos diferentes oferecidos, cada um deles a 0,99 cêntimos [centavos]. E, obviamente, que os livros vão todos sendo vendidos. Por quê? Porque a sensibilidade do leitor fará com que um goste

daquela capa, o outro prefira a outra capa, o outro prefira a outra capa. Mas, no fim das contas, nós estamos a ver que a quantidade de livros digitais vendidos é ínfima por título. A quantidade de livros vendidos por título é muito, muito reduzida. E, portanto, por que o livro digital funciona? Para esse tipo de público que quer, de fato, uma coisa muito baratinha, que vai atrás da coisa. Ou funciona, como tem funcionado sempre, para uma espécie de venda para edições do autor. O autor publica sua obra...

Eu queria saber se vocês vendem tanto para qualquer tipo de livraria, desde as pequenas até as maiores.

Sim, só não estamos a vender para os supermercados. Para hipermercados e e pra mercados, não vendemos.

Sim, e a última questão então, eu queria saber se vocês fazem parcerias com outras editoras pequenas e se utilizam algum tipo de, por exemplo, se participam de feiras do livro. Ou outras formas mais, vamos dizer assim, específicas de vendas, de marketing, enfim.

Sim, sim, sim. Em Portugal, há muito pouca tradição, para não dizer que não há praticamente nenhuma tradição, de qualquer tipo de associativismo no setor. Isso, provavelmente, deve-se ao fato de sermos um mercado que está sempre em regime de sobrevivência. O que significa, na realidade, nós não podemos ser muito amigos do parceiro que está ao lado, porque se precisamos de matar para sobreviver, vamos ter de nos matar para sobreviver. E, portanto, culturalmente, eu imagino que venha daí a situação. Agora, já temos feito parcerias com...mais do que editoras, temos feito parcerias com livrarias, para participações em feiras, para participações em campanhas, em mercados do livro, em sessões culturais várias, em que é possível ter determinado tipo de livros à venda, aí temos feito muito. No caso das editoras, eu dou-me muito bem com muitos editores, mas é muito difícil. Nós temos, todos, pequenos editores, temos 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, e criar qualquer ideia diferente. E a maior parte dos projetos que têm sido feitos em Portugal, dentro dessa área, nos últimos anos...aliás, nos últimos anos, não, sempre. Têm sempre corrido mal e tido vida curta, tido sempre uma vida muito curta. Volto a dizer, acho que isto é uma coisa cultural. Acho que é difícil. O nosso mercado não deixa espaço a muitas parcerias desse estilo entre editores. Entre editores.

Não vejo...é difícil fazer alguma coisa nesse estilo, tivemos...há uns anos atrás a Relógio D'Água juntou-se com a Cotovia e com mais umas editoras pra fazer uma coisa chamada Biblioteca dos Editores Independentes. Os livros, ainda, acho que ainda existem no mercado, mas, claramente, aquilo correu mal. Portanto, não sei...

Não funcionou...

Acho que é muito difícil, também, tem a ver com uma coisa tão simples quanto isso. Por exemplo, é muito difícil, e agora vou falar eu, pessoalmente, esses livros dessa Biblioteca de Editores Independentes tinham, pra mim, um grafismo completamente horroroso, horroroso, uma coisa não apelativa, não comercial. Mas eu imagino que, porque cada um dos editores que se juntaram para criar essa coleção tem identidades gráficas totalmente diversas entre si e, portanto, aquilo deve ter sido difícilíssimo eles acordarem num modelo para fechar. E, depois, obviamente, quando...um editor independente está muito habituado a gerir o seu negócio do começo até o fim. E, portanto, é muito difícil, provavelmente, ele falar com outro editor e fecharem consenso entre coisas diferentes, porque não estão habituados a fazê-lo. Portanto, acho que todas essas coisas condicionam muita... Ah! E há outra situação, por exemplo, na nossa diferença com o Brasil, que é: obviamente, no Brasil isso é muito mais fácil, porque as editoras trabalham num território geograficamente muito grande, é até fácil fazer parcerias, porque eu estou a trabalhar na minha área geográfica, tu estás a trabalhar na tua e podemos estar a trabalhar isso em conjunto. Em Portugal, nós estamos todos uns em cima dos outros. Estamos todos em Portugal, todos em Lisboa, e quando muito,...

Isso, desculpa, mas isso numa questão de, por exemplo, publicarem um livro juntos, mas existe alguma questão de parceria para uma divulgar a outra ou de criar uma feira do livro de editoras pequenas? Alguma iniciativa nesse sentido?

É muito pouco habitual, ou seja, quando acontecem situações destas, acontecem situações porque algumas dessas editoras são também livrarias ou são também distribuidoras de livros. E, portanto, aí há um interesse em fazê-lo. Fora isso, não vejo. Agora, por exemplo...

Porque competem muito entre si.

Sim, sim, e...mas há questões culturais. Volto a dizer. Ou seja, eu, por exemplo, uma das coisas que nunca tive problemas foi de entrar em contato com vários textos na net, eu não

tenho problemas nenhum em elogiar um livro, como leitor, elogiar um livro de outra editora. E tenho muitos textos escritos sobre isso e coisas publicadas e partilho no meu Facebook pessoal, a partir de edições de outros editores, não tenho problema com isso. Agora, sei, também, dizer que, sobretudo, a geração acima de mim não fazia isso de maneira nenhuma. Nunca. E não fazia nunca. E, volto a dizer, acho que isso tem a ver com estratégias de sobrevivência. O mercado é muito pequenino para que um editor esteja a perder uma possibilidade de venda, dando a possibilidade de venda para outro, não há...Não é possível, é muito difícil.

Entendi. Pelo tamanho do mercado.

É.

Observação: posteriormente à entrevista, algumas perguntas adicionais foram feitas por e-mail.

04/12/2020

Em relação ao nicho/tipos de publicações, é correto afirmar que vocês publicam livros clássicos ou livros de interesse público que já saíram de catálogo/estão esgotados?

A única correção aqui é que 50% do nosso catálogo são traduções e edições de obras nunca antes publicadas em Portugal - mas sempre de clássicos ou livros de interesse público.

Quantos livros já publicam e/ou têm disponíveis em catálogo?

116.

Qual diria ser a média de livros publicados ao ano?

26.

Qual a tiragem média de cada publicação?

750.

ANEXO 7

Paula Cajaty* - Gato Bravo (Portugal)

***Também representa a editora Jaguatirica no Brasil.**

Data: 30/05/2020

Duração total: 58min

Via: Zoom

Gravação em formato de vídeo

Como surgiu a Gato Bravo e por quê? Ainda, qual a linha editorial da editora? Consideram-se uma editora independente? O que seria uma editora independente?

A Gata Bravo surgiu em virtude de alguns relacionamentos que eu, como editora e como escritora, mantinha com autores e editores portugueses. Então, todas as pessoas que eu vim a conhecer ao longo de muitos anos de trabalho, tanto no trabalho literário como no trabalho editorial, acabaram interagindo comigo e gerando este tipo de questionamento: “olha, por que você não publica aqui também em Portugal?”. Afinal de contas, nós tínhamos tanto registro de leitores portugueses que liam conteúdo de autores brasileiros e leitores brasileiros que consumiam conteúdo literário português. Então, era muito comum, alguns anos atrás, quando existiam essas viagens e os escritores viajavam, por exemplo, para Portugal, para a França e para a Espanha...é muito comum que escritores que gostam bastante da cultura literária como um todo e quando eles fazem pesquisa, pesquisa para a escrita, pesquisa para as suas atividades profissionais, também é muito comum trazer livros do exterior. E isso acontecia tanto com autores brasileiros quando viajavam para a Europa, como acontece com autores portugueses quando vêm ao Brasil também, compram muita coisa. Eu pensei que seria uma forma...a gente tá num ambiente globalizado, onde os mercados têm uma facilidade maior de interagir e nós não precisamos ficar dependendo 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. Então, a gente hoje tem recursos que são os recursos, por exemplo, as gráficas, elas têm tiragens mais restritas, elas fazem *print on demand*, nós temos muitas plataformas de *ebooks* e conteúdos digitalizados que permitem que a gente possa fazer esse intercâmbio de uma forma melhor. Que não seja dependendo só das tiragens de um e outro e de um sistema de importação e exportação. E aí, por conta disso, foi em 2015 o meu primeiro lançamento como editora independente. Na verdade, como editor pessoa física em Portugal. E, depois disso, a gente criou a Editora Gato Bravo, na verdade esse

é um nome fantasia. Como o processo todo de abertura de empresa é muito fácil em Portugal, nós escolhemos um nome que era atribuído no mesmo dia e no curso de um dia nós conseguimos abrir a empresa e a conta da empresa. Foi muito fácil, através de uma equipe de contabilidade, eles realizaram esse trabalho para a gente e, então, a partir daí, eu comecei já a trabalhar com o que eu tinha, que eram alguns autores portugueses que já me diziam que gostariam de publicar comigo caso eu abrisse uma editora em Portugal.

E a quanto tempo já existia no Brasil?

No Brasil, a Jaguatirica...Bom, desde 2012. Eu comecei também como editora pessoa física em 2010, fiz algumas publicações e, a partir dessas publicações e do sucesso dessas publicações, nós resolvemos criar e estabelecer a Editora Jaguatirica, mas seria um problema um pouco sério levar esse nome Jaguatirica para o mercado português. Então, a gente sempre trabalha com uma certa adaptação dos conteúdos brasileiros para os conteúdos portugueses, porque não é tudo que você tem como levar e aquilo vai ser aceito de primeira. Então, assim, a gente trabalha com conteúdos portugueses, também, e quando traz para o Brasil tenta verificar o que pode gerar algum tipo de dificuldade de comunicação.

E fala muito do termo independente, por que esse termo e o que entende por uma editora independente?

Bom, a editora independente. Na verdade assim, a editora independente ela não participa de um grupo editorial. Então você tem os grupos editoriais que são empresas bem grandes, às vezes são SA [Sociedade Anônima] e precisam gerar relatórios financeiros positivos para os investidores. Então, quando você tem uma publicação do editorial ao financeiro, nós consideramos que é uma editora que vai ter um caráter editorial, porém essa editora ela tá orientada a atingir um lucro e buscar um *best-seller*. E na busca de um *best-seller* e, às vezes, de um lucro maior, de uma lucratividade em cada projeto, dependendo, ela vai evitar projetos que sejam mais literários, porém menos absorvidos pelo público. Você trabalha, na verdade, cada livro é um projeto e quando você faz administração e trabalha com esses conceitos, o livro ele tem que ser um projeto para uma empresa que dê lucro sempre. Só que acontece que para as empresas editoriais, os grupos editoriais grandes, todos os projetos têm que dar lucro. Quando você chega, por exemplo, com um livro de um autor que tem uma qualidade literária grande, mas é pouco lido, esse livro sempre vai perder espaço para um livro que tem qualidade menos literária e mais entretenimento, e

que atinge um público muito maior. Então, assim, claro que você vai ter na Editora Jaguatirica e na Gato Bravo alguns livros que são mais literários, de uma cultura literária mais voltada para um público pequeno e tem também livros de entretenimento, de bem-estar e de desenvolvimento pessoal. E a gente tenta fazer esse *mix* de livros, e cada um deles vai tendo uma performance diferente. Mas, aí, a gente também trabalha com um conceito de qualificação de catálogo, de conquista de um autor que tem a possibilidade de, no longo prazo, ele ter um retorno positivo para a empresa. E da editora em termos de confiabilidade com seu público. Então, assim, nós consideramos que uma editora independente ela tem o editorial que não está submetido a uma lógica só financeira. Enquanto que...nós visitamos várias editoras de grupos editoriais grandes lá na Alemanha, quando eu estava fazendo minha formação editorial, nós fizemos uma viagem com vários editores brasileiros para conhecer os grupos editoriais alemães. E aí, nós vimos que realmente são grupos editoriais gigantes que trabalham com um faturamento na ordem de bilhões de euros anualmente, que têm sucursais em mais de 40 países, então são grupos de conteúdo vastíssimo, com publicação numa base de 3 mil títulos ao ano. A gente nunca seria capaz, a Jaguatirica não tem equipe, não tem esse poderio financeiro para cuidar e gerenciar, [para] vamos dizer, ser curador de um conteúdo dessa envergadura. Mas a gente tem trabalhado, graças a Deus chegamos agora a uma faixa dos 400 títulos que já foram editados pela Jaguatirica e vamos chegar agora a 50 pela Editora Gato Bravo, mas são números muito pequenos perto de um grupo editorial de maior força.

Então vocês não consideram a editora como um hobby, ela é de fato o trabalho de vocês?

Ela é um trabalho.

É porque em muitas editoras pequenas, por exemplo, a pessoa tem um emprego e, nas horas vagas, dedica-se à editora.

Não, existe uma equipe e a equipe, por exemplo, dos colaboradores, nem sempre os colaboradores são empregados da editora Gato Bravo, porque como tem uma quantidade muito pequena de conteúdo, a gente não consegue mobilizar um trabalho *full-time*. Trabalham, por exemplo, por projeto. Na verdade, não por projeto editorial, mas por marketing digital. Então, fazem um trabalho de redes sociais para a gente e trabalham remunerados mensalmente. Mas é um trabalho pontual, porque fazer dois *posts* por semana não ocupa um trabalhador oito horas por dia.

Em quais nichos publicam? Há um nicho editorial para se colocar no mercado, em questão de posicionamento? E outra pergunta, considera a editora uma empresa?

A editora é uma empresa porque ela é uma editora formada, ela tem um objetivo de obtenção de lucro, não é uma filantropia, não é um *hobby*, [por exemplo] ganho um dinheiro, e gasto todo esse dinheiro na editora, porque eu quero e porque eu gosto. Não. Então, ela tem o objetivo de terminar os anos, ano a ano ela ter um resultado positivo, mesmo que esse resultado positivo seja um resultado positivo pequeno, o objetivo é realmente sempre ter um resultado positivo nos projetos. Que é uma empresa, ela de fato é. Ela tem um INPC [Número de Identificação de Pessoa Coletiva], recolhe segurança social em Portugal. Nós temos um contador, tudo certinho e nós temos um sistema comercial, trabalhamos com um sistema comercial em Portugal. E, agora, inclusive, a gente vai abrir mais um braço da editora porque tem conteúdos que chegam às vezes para nós em inglês e espanhol e a gente vai começar a trabalhar esses conteúdos internacionais também. A ideia é essa.

Com relação ao nicho editorial que voce fala, o nicho editorial ele tá dentro, assim, a gente não trabalha, por exemplo, com obras em domínio público, a gente não tem isso no radar por enquanto. Porque existem muitas editoras que pegam trabalhos bem antigos em literatura. Porque é muito fácil, porque você não tem que gerenciar direitos, não tem que pagar nunca nada a ninguém. Você só pega o conteúdo, paga alguém para fazer a tradução, alguém para fazer o prefácio, um estudo e você publica. Por exemplo, como se eu publicasse o “O Mágico de OZ”, ou então “Alice no País das Maravilhas”, nós não fazemos esse conteúdo de domínio público. Nós não tivemos nenhum projeto até hoje com isso, e nós geralmente trabalhamos com literatura contemporânea e com conteúdos das chamadas Ciências Humanas e Sociais. Então, a gente tem ramo de Administração, de Psicologia, alguma coisa de Bem-Estar na Editora Jaguatirica, na Gato Bravo ainda não tem, e também conteúdos de Ensaio Histórico e Filosofia. É o que os editores têm condição de administrar em termos de supervisionar o conteúdo. Então, a gente não entra, por exemplo, em Medicina, em Direito, ou outros ramos que precisaria de uma equipe técnica capaz de identificar e fazer a revisão técnica do conteúdo.

E por que abrir uma editora?

Veja, 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 tá indo para a praia e, de repente, fala “vou abrir uma editora”. Não. Isso é todo um processo que teve antes. E esse antes, quando a gente visitou as editoras na Alemanha foi muito evidente, foi muito legal essa compreensão, porque as editoras elas tinham perfis extremamente diferentes e cada uma era formatada e você via, evidentemente, que ela era formatada de acordo com o histórico progresso daquelas pessoas que formaram aquela editora. Então uma das editoras que nós conhecemos, a Hogrefe [editora alemã], foi criada porque existiam conteúdos universitários de ciências sociais e aqueles conteúdos tinham que ter...eles chegavam de forma bruta, de pessoas estudiosas que realizavam trabalhos e não tinham para onde encaminhar aquele trabalho para transformar em livro. Enquanto que existem outras editoras, por exemplo, que são criadas a partir de gráficas. As editoras que se criam a partir de gráficas elas existem por quê? Porque as gráficas já produzem conteúdos editoriais. Elas já produzem conteúdos editoriais. Elas já produzem revistas, livros, então, de repente, ela começa a abrir um braço de trabalho que ela começa a receber originais também. Existia uma, não me lembro agora o nome da editora alemã, mas ela nasceu a partir de uma gráfica, que fazia produtos dos mais diversos, embalagens, caixas e também revistas e livros. E aí, elas resolveram: “por que não começar a atender autores?”. Então, esse catálogo, por exemplo, da gráfica, é muito diferente do catálogo da Hogrefe. Com certeza, vai ser diferente porque o nascedouro de cada um desses primeiros gerentes, dos primeiros diretores, ele foi um caminho muito diferente, então isso conta.

E no teu caso e no da Gato Bravo?

No meu caso... Eu escrevia, e ainda escrevo. Enfim, eu sou escritora, e eu fiz dois livros de poesia e participei de vários cursos de escrita criativa e tal. E eu passei a conhecer muitos escritores, porque eu comandava o chamado "Boletim Leituras", durante dez anos eu fiz o "Boletim Leituras", antes desse aumento das redes sociais. Então era um lugar, assim, como se fosse uma revista literária ou um *blog* de literatura. E, por conta disso, eu recebia muitos materiais. Não só materiais para que eu divulgasse, como materiais de livros em original, para que eu olhasse...e visse o que eu achava. Então, a partir desse trabalho, surgiu a ideia de ser editora. Porque eu já recebia os originais, então muitas pessoas já me procuravam para mostrar suas obras, antes que elas fossem publicadas, e para perguntar "onde eu publico essa obra?", "para qual editora eu devo levar essa obra?", "essa obra está boa para ser publicada ou merece alguma correção?". Então, foi a partir desse trabalho, que é um trabalho de edição de conteúdo, que a Jaguatirica nasceu.

E qual a tua formação? É escritora, claro, mas fez alguma formação específica para trabalhar com isso ou é mais pela tua experiência, mesmo?

Não, então, eu me formei em Direito. E, antes da minha formatura, eu já escrevia. Na verdade, antes de eu entrar na faculdade eu já tinha textos escritos. Durante a faculdade, eu fiz Direito porque, enfim, não quis fazer Letras, mas, na época, 1990, né, foi quando mais ou menos eu fiz vestibular, aqui se chama vestibular, seria o exame nacional, então eu apliquei para Direito e, nesse meio tempo, eu escrevia também outras coisas, mesmo que não fossem jurídicas. A partir daí, depois que eu me formei, eu também fiz uma pós-graduação em Direito Civil, que eu gostava muito, e Direito Contratual, enfim, Direito de Autor, eu me interessava muito pela parte do Direito Privado, que chama o Direito Civil. Depois disso, alguns anos depois eu vim a fazer uma pós-graduação pela Fundação Getúlio Vargas, de administração editorial, chama *Publishing Management*, mas na verdade é administração editorial. E com essa pós-graduação de administração editorial eu tive vários conteúdos, tive contato com várias empresas e fui fazendo outras coisas paralelamente. Fui fazendo formações, tanto na área de marketing e de leitura, mesmo, leitura crítica e escrita criativa e dei aulas. Eu dei aulas sobre e-mail marketing, sobre marketing para autores, enfim, todo esse trabalho foi feito ao longo de, vamos dizer, de 2005 até mais ou menos 2010.

É mais para entender, porque é interessante ver como editores vêm de diferentes áreas de formação. Uma outra questão com a qual venho me deparando é o termo bibliodiversidade. Já está familiarizada com este termo? Relacionaria ele com uma editora independente, por trazer algo novo ao mercado?

Então, justamente, nós trabalhamos com esse conceito de bibliodiversidade. E eu faço parte da Liga Brasileira de Editores [LIBRE], eu sou da diretoria da LIBRE atualmente e fui também no ano passado Diretora de comunicação, e, a partir disso, a LIBRE é aliada à Aliança de Editores Independentes, que é sediada na França, e existe todo um movimento de editores independentes que acabam se juntando, não só aqui, como também nos Estados Unidos e, enfim, na França também...e, engraçado, que, em Portugal, não tinha esse conceito, né, do editor independente. Então, a gente chegava para dizer e..."ah o que que é o uma editora independente?", em Portugal não se entendia muito bem esse segmento. Mas o que acontece é que o editor independente é isso, ele não está ligado a um grupo editorial de maior porte, não precisa, assim, emitir relatórios financeiros,

enfim, toda essa questão de trabalho com obtenção de empréstimos, enfim, financiamentos públicos. É isso. Em Portugal é isso, assim, nos últimos anos teve uma concentração de editores. E as editoras foram sendo absorvidas por outras maiores. Então, hoje, a gente tem, assim, três grandes editoras em Portugal, e aí as outras são realmente editoras de nicho, editoras pequenas ou independentes.

E, para além dessa questão, digamos, econômica e administrativa, como explicaria essa questão da bibliodiversidade, se pudesse dar a tua explicação para o termo?

Então, a bibliodiversidade ela acontece quando...imagina, a pessoa chega numa livraria e só encontra livros que sejam produzidos por Penguin, Hachette e aqueles grandes grupos editoriais, que vendem milhões de livros, James Green, enfim, aqueles livros que todo mundo conhece...Harry Potter. Então, quando você tem grandes grupos editoriais, você tem uma redução no espectro...porque eles sabem o que funciona, então eles investem massivamente no marketing, investem massivamente no autor, e, esse autor, ele vende milhões. 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?

E o teu caso é interessante porque trabalha tanto no Brasil quanto em Portugal. Como faria essa comparação entre...não digo o mercado, porque a discussão é mais aprofundada, mas a questão das editoras menores ou das editoras independentes, comparando Brasil e Portugal?

É...olha, eu vejo que em Portugal a gente tem um grupo, assim, bastante coeso, a APEL faz um trabalho muito bom, a Associação Portuguesa de Editores e Livreiros, faz um trabalho sensacional, eu sou muito fã do trabalho da APEL. E, agora, principalmente na pandemia, ela fez um trabalho sensacional de identificação...ela tinha um relatório diário

de como estava a Europa...no ambiente editorial da Europa e no ambiente de livreiros da Europa inteira, a cada dia...

Livreiros pequenos e apoiando...

Aham, ela fez um PDF enorme, gigante, dizendo quais eram os apoios que os editores e os livreiros poderiam ter do governo, enfim. Quais eram os apoios que eles poderiam buscar em termos de empréstimos, quais eram as ações disponíveis para editores e livreiros. Assim, foi um trabalho que, por exemplo, com todos os 230 milhões de pessoas aqui do Brasil, não tinha no Brasil, não teve. Então a gente tá atravessando um período de pandemia e tá todo mundo ainda perdido, querendo fazer lei aqui. Só que num período de pandemia, você esperar até fazer uma lei...gente, não tem a rapidez necessária para atender uma demanda de urgência que a questão, assim...tem que atender em 15 dias, em um mês. Porque daqui a pouco...vai passar a lei quando? No final de 2020? Quantas pessoas já fecharam as portas, né? Então, assim, aqui no Brasil, as coisas são assim, meio, às vezes, a gente nota uma burocracia muito grande, uma dificuldade muito grande de implementar medidas que sejam de apoio. Enquanto que a APEL fazia um trabalho maravilhoso, nós temos aqui uma CBL [Câmara Brasileira do Livro], que é uma entidade muito rica, se a gente for comparar entre a CBL e a APEL, a CBL é uma entidade muito mais rica do que a APEL e não fez um trabalho desse, por exemplo, de orientação aos editores, não fez uma *newsletter* de...orientando o que que o editor poderia fazer, o que que o livreiro poderia fazer, o que que era esperado, quais eram as perspectivas, enfim. Assim, a diferença do trabalho é muito grande. Eu participo também da LIBRE, e a LIBRE dá um retorno muito bom porque os editores falam entre si num fórum de e-mails. Então, assim, são 150 editores que participam desse fórum de e-mails. Então, assim, se eu tenho uma coisa que eu descobri "ah, gente, olha só, apareceu esse edital aqui em São Paulo que vai selecionar obras durante a pandemia...e vai financiar essas obras", eu posso pegar e colocar nesse grupo de e-mails e todo mundo vai ter visibilidade. Já na CBL, por exemplo, a gente não tem esse recurso, de falar com os outros editores que são associados. Você não tem um fórum de associados, é só a CBL que fala com a gente, mas a gente não fala entre a gente, nem a gente consegue falar.

Não é como uma comunidade...

É, não tem comunicação, é uma comunicação de uma via só. Assim, não querendo criticar, mas [pensar] o quanto poderia ser feito melhor.

Mas em comparação, então, diria que aqui em Portugal tem mais união do setor?

Isso, com certeza, não só união, como uma comunicação eficaz. Então, assim, num primeiro momento, eles avisaram que a Feira do Livro de Lisboa seria suspensa, avisaram para todo mundo que pegou e pagou, sei lá, 2.000 euros, e o dinheiro ia ser devolvido e quem continuasse com o pavilhão ia ter 70% de desconto para re-alugar. Assim, foi um suporte que ninguém viu aqui, por exemplo. Aqui no Brasil a gente não tem esse suporte informacional, de informação para a pessoa se sentir tranquila de que vai dar tudo certo, de que ela não vai ficar numa situação assim...na chuva, por exemplo. Ou seja, sempre com uma supervisão daquele setor.

E isso vindo de uma perspectiva de uma instituição representativa. E aproveitando, então, esse...

Uma instituição associativa também, né.

Já aproveitando essa questão, eu queria entender se existe, aqui em Portugal ou no Brasil pode falar de qualquer perspectiva que ache que vai contribuir, uma colaboração entre editores independentes para um ajudar o outro, por exemplo, estratégias de marketing, participações em feiras do livro, como é a tua percepção dessa construção de colaboração entre as editoras pequenas...se esse seria um diferencial.

Sim...às vezes eu acho que os livreiros têm uma possibilidade de interagir melhor. Porque, por exemplo, foi criada aquela rede de livrarias, a RELI [Rede de Livrarias Independentes / Portugal], uma rede de livrarias foi criada durante a pandemia para ajudar os livreiros independentes. Já no caso do editor, é muito difícil você encontrar, às vezes, uma união entre editores, não é por causa de concorrência. mas, por exemplo, eu publico uma literatura adulta, tá, aí eu de repente quero me unir a uma outra editora para dividir custos, por exemplo, de marketing, só que se essa editora é infantil, o marketing dela é completamente diferente do meu. Então, não vai ter sentido eu dividir com ela um custo, por exemplo. Então, a gente já tentou fazer também pedidos em gráficas, assim, fazer um super pedido de gráfica, que, na verdade, fosse composto de vários livros de vários editores, pra gente conseguir a redução do preço da gráfica, mas isso também foi muito difícil de implementar, assim. Em termos de editores eu vejo que...estamos fazendo algumas iniciativas, mas no terreno dos eventos. Então, por exemplo, esse evento que nós

estamos fazendo agora para a LIBRE, chamado "Esquenta Primavera Online", esse sim é um evento que mostra a interação entre editoras. A gente faz uma chamada dos editores participantes da associação, os editores mandam, preenchem o formulário, mandam suas propostas de autores e livros, e a gente, então, pega e monta uma programação que vá atingir todos os editores que submeteram autores e livros como sugestão para serem convidados e apresentarem os seus conteúdos. Nós estamos fazendo isso e está tendo uma repercussão maravilhosa. Tivemos apoio da Embaixada da França no Brasil, da Metabooks, que é uma empresa vinculada à Feira do Livro de Frankfurt, a *Frankfurt Buchmesse*, e tivemos apoio da Bookwire, que também é uma empresa alemã que está atuando aqui, que é uma empresa de distribuição de livros digitais, e conseguimos também da Forma Certa, que é uma gráfica que trabalha com pequenas tiragens, enfim, foi um apoio maravilhoso. Conseguimos tirar o projeto do papel e já estamos implementando. O "Esquenta Primavera" são 40 mesas com 80 autores e, além disso, também tem as mesas que são de conteúdo editorial.

Em relação a uma perspectiva de marketing, de divulgação, quais os principais canais de divulgação que usam e os principais canais de venda?

Então, canal de divulgação a gente tem usado demais o Instagram e, num segundo momento, o Facebook, mas não utilizamos muito as mídias tradicionais, porque a mídia tradicional ainda demanda um operacional complicado, que é o operacional de pegar o livro e, enfim, para cada edição fazer um *kit* de livros e encaminhar o *kit* de livros para cada uma daquelas pessoas, daqueles espaços da mídia tradicional, e às vezes a gente não tem retorno disso. Então, assim, se eu soubesse que eu vou mandar o livro e a pessoa vai, enfim, dar uma olhada no livro, vai colocar esse livro numa grade de apresentação...mas não, você manda o livro e não tem resposta nenhuma. Enquanto que...

Não tem garantia.

É, você não sabe nem se o seu livro foi para o lixo, né. Então, você não tem retorno nenhum às vezes, não tem um *feedback*, então a mídia tradicional é um pouco mais difícil mesmo. Bom é quando você já tem mais ou menos aquilo encaminhado, ou seja, você já conhece alguém da redação, aí você fala "poxa, lancei um livro muito legal, você aceita receber esse livro", aí, sim, você faz essa apresentação. Agora, pegar o livro, assim, e automaticamente mandar para o fulano, porque fulano é o editor do caderno de cultura daquele canal, não funciona...nem sempre funciona.

Então é mais online.

Isso, e além disso você perguntou para venda...nós usamos a distribuição física, claro que na pandemia isso ficou prejudicado, mas nós usamos distribuição física e essa distribuição também vai pra UC, que é uma plataforma de venda dos impressos, e usamos também a venda pela Fnac, o site da Fnac, o site da Bertrand e, enfim, até na Amazon da Espanha também temos alguns títulos, então a gente tenta colocar, assim, no maior número de lugares possíveis. E a distribuidora dos livros impressos faz o papel dela de fazer a colocação em livraria.

Vocês já fizeram algum tipo de financiamento coletivo ou algum outro tipo de financiamento para a divulgação e para a venda?

Aqui no Brasil, nós já tivemos dois livros que foram projetos que deram certo com financiamento coletivo. Mas, assim, um livro individual, de um autor individual, dar certo, é muito complicado. O autor precisa ser alguém importante, ou alguém muito bem relacionado para conseguir mobilizar as pessoas. Então, assim, é a mesma coisa que...por exemplo, o sistema do financiamento coletivo, ele repercute um pouco da lógica da editora de nicho ou, então, da editora de grandes nomes. Então, você..."ah, vamos fazer uma publicação do Harry Potter, de um novo texto do Harry Potter?". Se a J.K Rowling faz um financiamento coletivo desses, nossa, ela ganha, sei lá, milhões de euros. Agora, se eu for fazer um livro de um autor que ninguém conhece, em financiamento coletivo, tá arriscado de não atingir o valor que precisa para tirar o projeto do papel. Agora, se esse autor vai fazer, por exemplo, um texto...aqui no Brasil é muito comum livros de nicho funcionarem em financiamento coletivo, então fizeram um livro em financiamento coletivo do Star Wars, eles iam ganhar várias coisas, caneca personalizada, mil coisas personalizadas, aí, bom, apareceu o dinheiro. Então, assim, precisa ou o tema que mobiliza muita gente ou, então, o autor tem que ser importante, sem essa dinâmica de alguma coisa chamar a atenção de um público maior, a tendência é o financiamento coletivo não funcionar.

Deixa eu conferir se faltou alguma pergunta...

Olha, tem uma notícia bacana, que nós tivemos uma venda sensacional de digitais no período da pandemia.

Nessa época?

É, o público português foi...assim, se digitalizou nessa questão nos últimos quatro meses tudo o que não tinha se digitalizado nos últimos, sei lá, cinco anos.

É interessante porque outro entrevistado comentou a mesma coisa, inclusive sobre o aumento da compra online de livros físicos pelo site da editora.

Exato, eu também percebi muito isso, teve um aumento de vendas tanto dos livros físicos, né, livros impressos, vendidos em site, como dos livros digitais vendidos pelas plataformas. Mostra que é...a questão...eu tava conversando ontem com um amigo meu sobre a "normose", o que que é o normal pro leitor português, de repente quinta-feira à noite passear e ir na livraria olhar o que tem de novidade, enfim, comprar por impulso, comprar mesmo sem uma encomenda, mas ir...se expor ao espaço da livraria. O que acontece é que com o fechamento da livraria ficou muito complicado, você tinha que ter conteúdos, assim, de entretenimento culturais para ficar em casa sem ficar louco, porque não dá para trabalhar só o tempo todo, 24 horas. Então, essa é uma coisa que passou a ser feita, muita gente que não comprava online passou a buscar esses conteúdos online. Achei até que, nesse sentido, a descoberta do público português, e da força do mercado português, porque eles são muito leitores mesmo, eu percebo que os portugueses leem mais que os brasileiros.

Já ouvi deles que eles leem pouco, é curioso ver essa comparação entre a percepção de cada nacionalidade sobre a leitura em seu país.

É porque eles não veem os números. Aqui, nos números, a gente tem um público muito maior, mas a parte de venda é uma venda semelhante à de Portugal, só que Portugal tem, sei lá, um vigésimo...muito menor, então a taxa de leitura é muito grande. O Brasil impressiona muito, porque é muito grande. E aí, realmente, quando você tem um público que gosta de alguma coisa, esse público compra e é uma compra monstruosa, porque é muita gente comprando. Agora, se é literatura mesmo e pra conteúdos editoriais, a performance não é tão boa.

A editora, em sua opinião, quer ser uma editora grande, ou o fato de ser pequena e ter essas particularidades é o seu diferencial no mercado? A Gato Bravo, por exemplo, quer ser uma grande corporação, uma grande editora?

Veja, na verdade, assim, durante o período de crescimento da Jaguatirica teve um momento em que eu podia, e tive a oportunidade de implementar, ou de testar um novo sistema, no qual, assim, eu deixaria o operacional diretamente...e cada projeto, assim, a gente ia concentrar os projetos com outros editores e eu só ia mandar nesses editores, mas não ia supervisionar o que eles estavam fazendo. Ou seja, eu ia perder o controle do conteúdo editorial que estava sendo produzido. Bem, isso aconteceu com alguns livros, tá, a gente contratou uma pessoa pra cuidar do projeto editorial e ela cuidaria do início até o fim, até a publicação, e eu não ia ter contato com esses livros, tá, e aí eu não me senti bem com isso, não funcionou, eu achei que não foi uma experiência legal, e eu não gostei do fato de eu não saber qual é o conteúdo e o autor que está sendo trabalhado, aí, assim, me deu uma certa insegurança. E aí, eu vi o seguinte, que se todos os projetos da editora vão passar por uma pessoa só, não tem como crescer dessa forma, porque o único jeito de crescer é quando você terceiriza. Ou seja, se eu não vou terceirizar, ou não me sinto bem em terceirizar, como que vai crescer, né? Ou seja, tem um crescimento, mas é um crescimento orgânico, não é um crescimento exponencial, porque seria diferente se eu tivesse 10 editores trabalhando pra mim e aí um tá na ficção, outro tá em bem-estar, em saúde, outro tá em não-ficção, outro tá em história, né, e aí eles produziriam os livros, eu ia cuidar só dos números, e, enfim, da empresa como um todo, mas eu não ia nem saber quem é que é aquele autor, que tá lançando o quê, então isso me deixou um pouco tensa e eu vi que eu não conseguiria trabalhar dessa forma. Aí é quando a ficha cai, né, não vai dar para virar um grande grupo editorial nunca, porque se eu vou supervisionar todos os livros...eu não tenho como supervisionar 3.000 livros por ano, sozinha.

Me parece que tem muito a ver com a questão do editor independente gostar dessa relação, tanto com o livreiro, quanto com os profissionais, com os tradutores, com todos os processos da edição.

Não seria só gostar, mas é se sentir, vamos dizer assim, no controle. Porque, se você...quando você terceiriza esses processos, você tem que fazer primeiro uma pasteurização de conteúdo, é o mesmo problema, né, você tem, às vezes, um canal independente de transmissão de TV e aí esse canal independente acaba indo pra Globo, por exemplo, é muito comum isso, para eu explicar para as pessoas entenderem, quando ele vai pra Globo ele perde aquela particularidade que ele tinha lá antes, por quê? Porque o trabalho dele precisa ser padronizado e pasteurizado para entrar pro grande público, então quando isso acontece é por quê? Porque os diretores não têm condição de controlar

todo o conteúdo que é transmitido pela Globo, não tem como, ele tem que terceirizar. Então essa terceirização ela gera uma falta de controle, não é só por uma questão de gostar, é pelo estilo de trabalho. Se eu continuasse na própria Gato Bravo e, de repente Jaguatirica, e de repente ter um chefe, eu ia me sentir mais tranquila de saber o que eu estou editando e fazendo, do que ter subordinados e não saber o que esse subordinado tá fazendo, entendeu? É mais ou menos essa dinâmica. Porque, em relação ao conteúdo, às vezes aparece um livro, e o livro entra...por exemplo, teve um livro que eu recebi há pouco tempo atrás, que o livro era extremamente, vamos dizer assim, ele era muito contundente contra uma religião específica. E aí eu falei eu não vou...olha, tem uma parte boa, mas tem uma parte que tá muito agressiva com o conteúdo, contra as pessoas que são religiosas e isso daqui vai dar problema. Mas, bom, isso fui eu, Paula, que vi o conteúdo. Agora, se eu deixo isso na mão de um editor que eu contratei, ele pode achar muito legal, achar ótimo e publicar e, aí, depois, a editora está sujeita à reação por esse conteúdo que vai ser agressivo, por exemplo, contra religiões. Então, aí, vai que uma associação religiosa fala, "olha tem um livro aqui com um discurso de ódio", pronto, eu arrumei um problema pra editora. Por quê? Porque eu não supervisionei o conteúdo, que pode me trazer um risco.

Qual diria que é o maior diferencial dessas editoras nos seus mercados? Então, a Jaguatirica no Brasil e a Gato Bravo em Portugal?

Olha, a gente tem primeiro um atendimento de autor que é muito próximo. Então, 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. Já em uma editora maior, nem sempre isso é possível, porque, na verdade, é uma pessoa que está produzindo um texto e esse texto é um entre 300 outros textos e, enfim, aí querem fazer as métricas, as vendas, mas não têm um atendimento direcionado ao autor, mesmo. É claro, a gente sabe que as editoras grandes elas têm aqueles autores que vão ser o seu destaque, porque, é claro, não tem verba para apostar em cada autor igualmente. Então, você tem os autores que são os seus destaques. A editora Jaguatirica, na verdade, os destaques acontecem pela proximidade que o autor tem com a editora, então o autor que fica...poxa, participa mais, quanto mais o autor participa, quanto mais o autor se disponibiliza, então ele vai ser mais chamado, vai ser mais lembrado. Então tem muito autor que fala "ah, mas você colocou mais conteúdo do outro autor", claro, porque o autor fala comigo toda semana, mandando

e-mail, interagindo, vendo o que eu postei, enfim, fazendo um trabalho positivo para a editora. Enquanto que um autor que às vezes não faz nada fica só querendo esperar o benefício de ser divulgado, né, então isso às vezes não acontece. Mas essa é a questão, eu tô aberta para todos chegarem igualmente e interagirem com a editora, e pensarem projetos, pensarem coisas a serem feitas, e a gente vai trabalhando assim, entendeu? Eu acho que isso é o diferencial da editora. É, enfim, tem uma parte de design que é muito legal, que a gente tá fazendo, e sempre teve a tônica da editora de ser muito digitalizada, então todo o nosso catálogo já era digital desde sempre, todos os nossos livros, quando entram, viram e-books. E aí é diferente de uma editora que só trabalha físico, aí chegou agora a pandemia, e tá correndo para fazer e-book.

Observação: posteriormente à entrevista, algumas perguntas adicionais foram feitas via e-mail no dia 04/12/2020.

Quantas pessoas permanentes (sem contar *freelancers*) trabalham para a Gato Bravo, seja a distância ou em Portugal? Ainda, todo o trabalho é feito remotamente? Há um escritório no Brasil ou o trabalho é feito de casa?

Temos 3 pessoas permanentes na equipe (editorial, design, marketing), com trabalho à distância. Todo o trabalho tem sido feito remotamente. Há um escritório em Portugal, mas estamos fechados por conta da pandemia. No Brasil, a Editora Gato-Bravo compartilha a estrutura da Editora Jaguatirica.

Existe um escritório/depósito físico da Gato Bravo? Fica em Lisboa?

Existe um escritório em Lisboa (Entrecampos - Avenidas Novas), com atividades suspensas pela pandemia. A armazenagem fica a cargo do distribuidor, também em Lisboa (Alvalade).

Qual a média anual de publicações da Gato Bravo (no total foram 50 livros, certo?) e qual a tiragem média dos títulos?

Média de publicações anual: em 2019 tivemos 21 títulos publicados. Em 2020 tivemos 10 títulos publicados. Tiragem média dos títulos: 300 cópias. Algumas publicações (10% do total) foram feitas no formato exclusivamente digital.

Quais gêneros a Gato Bravo publica?

Ficção (Romance e Conto), Poesia, Biografias, Ciências Humanas e Sociais (ensaios e não-ficção).

ANEXO 8

Diogo Vaz Pinto - Língua Morta (Portugal)

Data: 20/09/2020

Duração total: 58min

Via: Zoom

Gravação em formato de áudio

Se puder começar explicando um breve histórico ou falando acerca do surgimento da editora?

A Língua Morta existe há dez anos, é uma editora que começou de uma forma muito... começou - e ainda é - um hobby, não é uma editora no sentido comercial, nós não temos um fim, não temos como fim, não é o nosso trabalho, nosso emprego, não é uma maneira de ganhar dinheiro. Na verdade, ao longo destes dez anos, nós teremos perdido bastante dinheiro com a editora, nesse sentido podemos chamar-lhe um hobby, mas na verdade é muito mais do que um hobby, porque é 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. Isso é minha perspectiva, ou se é profissionalmente editor e, então, anda-se atrás de oportunidades lucrativas, no fundo uma expressão que existe aqui em Portugal que é o "fura vidas", que é um pouco a situação dos editores em Portugal porque andam sempre a procura de esquemas com instituições para lhes pagarem aquilo que hoje em dia os leitores já não pagam. Porque, mesmo aqueles editores *best-sellers*, com raras exceções, não conseguem cobrir os custos todos e isso se nota com os grupos em Portugal a dependerem de outro tipo de esquemas que não o meio literário propriamente, como, por exemplo, os livros escolares no caso da Porto Editora. Bom, há uma série de editores em condições diferentes, mas a nossa é claramente uma condição, num certo sentido, somos uma editora muito pequena, que não tem escritório, sede, nós não temos estrutura nenhuma, não temos gastos fixos e, basicamente, somos duas pessoas, eu e o David Teles Pereira. E começamos quando tínhamos vinte e tais, 24 anos ou assim, e começamos a fazer livros à mão, e fazíamos tiragens muito pequenas e punhamos nas livrarias que nós frequentávamos, que eram muito poucas. Só que, com o passar dos anos, eu comecei a trabalhar, o David também, e era eu quem fazia os livros. Depois, a partir de uma certa altura, e eu já não tinha tempo para fazer os livros, que fazia aqui em casa, e isso com

uma guilhotina, agrafando os livros, essas coisas. E, então, basicamente, tivemos que começar a recorrer às gráficas. Depois, há uns anos, arranjam uma distribuidora e a editora, hoje em dia, 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.

Qual seria uma média dessa tiragem?

A média andarà à volta dos 300. Às vezes fazemos 400, às vezes fazemos 250, mas anda por ali nos 300. Mas quando começamos fazíamos 100, às vezes até 80, às vezes 150, mas quer dizer, ao longo do tempo as coisas foram...foi possível fazer tiragens um pouco maiores. Hoje em dia, nós já fizemos cento e tal edições, vamos para 110. Ou seja, em 10 anos fizemos uma média de 11, 12 livros por ano.

E, pronto, a vertente editorial em que nós nos inserimos, que é esta lógica em que os editores, no fundo, utilizam o seu tempo livre e fazem estas coisas num certo sentido...isto, para mim, é menos um movimento editorial do que um movimento de criação literária, é a edição enquanto criação literária. Porque o que nós, no fundo, fazemos é: nós temos uma espécie de entendimento do processo editorial como uma extensão do trabalho crítico. Eu sou crítico literário, além de ser escritor e poeta e essas coisas. E eu entendo a Língua Morta menos como uma atividade por si e mais como uma atividade...uma expansão desse movimento crítico, no sentido de criar uma editora que reflita, quanto a mim, uma coisa que estava ausente no espaço da literatura portuguesa, que era uma editora focada numa lógica de procurar autores novos. Ou, pelo menos, se não novos, que não estivessem publicados ou que não tivessem aquilo que nos parece que é a atenção devida. Obviamente, sendo uma editora tão pequena, não nos é possível propriamente marcar uma grande posição do ponto de vista midiático. Portanto, tudo está dependente, precisamente, deste outro lado, que é uma visão, um viés crítico. Ou seja, quem está em diálogo conosco, com a editora, são também leitores que não chegam a nós, propriamente, não caem do céu. São pessoas que também já têm uma espécie de leitura mais madura do processo literário e, sobretudo, daquilo que se passa na poesia no nosso país. E, em relação à noção do que é um editor independente, essa noção é muito difícil em Portugal porque...é polémica, porque há muitos editores que se consideram independentes e que não são. Aliás, eu diria que talvez 10% dos editores portugueses podem considerar-se...isto é um número grosseiro, obviamente, não fiz nenhuma estatística com base em dados, mas se eu tivesse, eu posso...eu conheço porque sou crítico e porque sou jornalista na área cultural, conheço bastante bem a situação das editoras em

Portugal e posso explicar por A+B por que uma editora é independente ou não. E a principal razão pela qual a maioria das editoras não são independentes é porque, mesmo as pequenas editoras, aquelas que se consideram marginais, existem muitas vezes baseadas numa lógica de irem buscar apoios em instituições. Portanto, se estão dependentes de fundos que vêm de institutos públicos ou privados, evidentemente, não são independentes. E isso depois marca o catálogo, ou seja, porque se as decisões não são baseadas em critérios puros de qualidade e de uma avaliação do que o editor acredita que é o melhor do ponto de vista poético-literário, é impossível falar-se em independência. Pra mim, é caro, porque eu acho que a Língua Morta é de facto uma das poucas editoras independentes. E eu, com isto, não vejo que haja, à partida, um valor em si. Eu não acredito que o ser independente...uma pessoa pode ser independente e ser uma idiota, não é, e ter um critério péssimo, ou seja, a noção de independente não é pra mim um distintivo.

Não é um juízo de valor, digamos assim.

Não pode ser um juízo de valor, tem que ser feito criticamente olhando para o catálogo porque, por exemplo, 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, pronto. Por exemplo, uma editora que não é independente, a Tinta da China, que tem uma coleção de poesia e, na verdade, é uma editora que me parece que, embora o critério de qualidade não seja extraordinário, é muito melhor do que a maioria daquelas editoras consideradas marginais que editam muito, mas com tiragens muito pequenas, lutando muito pouco pelos autores, os livros desaparecem, mal aparecem, ou seja, são livros quase para vender naquele efeito do lançamento aos familiares, aos amigos, uma coisa que a Ana Cristina César criticava também sobre aquele ambiente que havia na poesia brasileira, que era aquela malta que se reunia assim e faziam uns para os outros e aquilo tornava-se uma coisa endogâmica, e que não saía dali. E eu não acho que, por mais marginal que seja uma editora, não acho que o objetivo dela possa ser alimentar uma lógica familiar, acho que isso é degradante, porque no fundo a publicação envolve um diálogo com um público, e esse diálogo com o público deve ser uma coisa não demasiado fechado, deve ser uma coisa que tem a tendência para abrir, para expor uma proposta que várias pessoas possam sentir-se chamadas e, de algum modo, enquadradas, e sentir que aquilo lhes diz qualquer coisa e desenvolver esse diálogo, criar uma tensão social à volta de um projeto literário.

Então associaria esse termo independente mais com a questão financeira? Teria alguma definição do independente para além disso?

São duas questões. Não existe...Antigamente se dizia que não existe nenhum ato que não seja político. Hoje em dia, cada vez mais, a política é um aspecto secundário face às razões económicas e financeiras. Ou seja, as pessoas orientam muito mais as suas opções com base nas suas disponibilidades financeiras e, muitas vezes, vemos que uma pessoa tem uma posição política apenas para defender a sua condição financeira. Por exemplo, uma pessoa que tem dinheiro, tem tendência a ter posturas mais conservadoras. Por quê? Porque está a defender uma condição de privilégio, enquanto que uma pessoa que não tem, está numa posição mais posta, mais frágil e, naturalmente, vai ter uma postura mais progressista. Por quê? Porque pretende que a sociedade avance de modo a apanhá-la, acolhê-la e a dar-lhe condições de ela também ter um papel ativo, que é o que acontece em um país como o Brasil e como também em Portugal, que é...nós vemos que as pessoas pobres estão completamente excluídas das questões literárias, a literatura excluiu os pobres, o pobre não existe no campo literário, não existe. Porque, mesmo se nós pensarmos quem são os escritores pobres que surgiram nos últimos anos em Portugal, é muito difícil, porque ele não consegue ser publicado porque não tem, a não ser que seja uma pessoa que embora sendo pobre está num ambiente social, tenha amigos de classes privilegiadas. A verdade é que as pessoas que conseguem publicar livros, mesmo estas pequenas tiragens e não sei o quê, têm um pouquinho de...tem algum grau de sustentabilidade financeira. E isso, na verdade, é, hoje em, dia o grande elemento definidor das posições das pessoas. Portanto, não me parece que a questão financeira seja uma questão menor, eu acho que a questão financeira é a verdadeira questão política nos nossos dias e parece-me que as editoras que não são independentes têm catálogos muito virados para um tipo de discurso institucional no sentido de conseguirem atrair esses tais apoios institucionais. Ou seja, a Língua Morta, por exemplo, é uma editora muito interventiva, muito crítica, muito polémica, muito agressiva, e isso é uma opção nossa. Mas isso é possível porque tanto eu, quanto o David, não dependemos da editora para viver, mas porque também não queremos que a editora seja um projeto de mordedura institucional, não estamos a querer tentar que a editora se transforme num satélite de um instituto público ou privado que possa dar-nos condições de fazermos muito mais, porque, depois, sabemos que isso tem um preço, e o preço é a perda, lá está, dessa independência. Que, no fundo, é a autonomia que uma pessoa tem de escolher: vou publicar um texto duro, muito crítico, neste ou naquele sentido. É verdade que há editoras como, por

exemplo, há várias editoras em Portugal que publicam textos muito duros, mas, no fundo, publicam como os zoos têm tigres ou seja, há ali no fundo uma antítese entre o zoo e o tigre. O tigre é um animal selvagem, o zoo é um espaço de contenção, é uma prisão, é uma cadeia e, no fundo, as editoras em Portugal funcionam como zoos, são capazes de ter lá leões, tigres, rinocerontes e não sei quê, mas tão ali a domesticar aqueles animais e a traiçoar-lhes o espírito. Quando nós vemos um autor mais violento, mais drástico, publicado pela maioria das editoras portuguesas, vemo-lo como o tigre que está no zoo, está numa jaula, estão atirando-lhe o bife, está ali com seus instintos dominados e, muitas vezes, até destruídos.

Uma dúvida, Diogo, o outro fundador da editora também é da área literária por formação?

Eu não sou da área literária, nós os dois fizemos direito. Ele agora é assessor da Ministra da Cultura. Portanto, neste período, têm estado um pouco afastado da editora e não se tem metido muito nos assuntos para não haver conflitos de interesses e privilégios, porque a Língua Morta não recebe apoios.

Por curiosidade, porque muitos editores partem das áreas da comunicação, línguas e culturas, só para ter essa diferenciação. Então são mais da área do direito.

Ele seguiu a área do direito e eu tornei-me jornalista, estou no jornalismo desde 2012 ou 2013.

Então, eu tinha algumas perguntas mais relacionadas à parte administrativa, como terem escritório próprio, mas já foi respondido. E qual diria que é, se é que vocês têm, porque não dá para seguir muito essa lógica de mercado, mas vocês têm um nicho que definiriam como sendo o nicho da editora? Ou uma linha editorial específica, por exemplo, ficção apenas, poesia, enfim.

Sim, sim, nosso espaço é poesia. Nós, às vezes, publicamos ficção e tal, mas nós não...o que nos interessa é a poesia. Mesmo quando publicamos ficção, nós estamos à procura de uma prosa que aborda as questões que nos interessam na poesia. E, no fundo, a forma como nós olhamos pra poesia não é o verso, o que nos interessa na poesia é uma relação com a escrita que ponha em causa a língua. Ou seja, que use a língua de uma maneira que faça a língua sentir-se tocada, sentir-se machucada, sentir-se trabalhada, exercitada, suada, atirada pra lugares invulgares e incomuns e, num certo sentido, a comunicação pra

nós tem que passar por um efeito de...uma das coisas que nos parece é que a razão pela qual o espaço público e midiático está tão fragilizado é porque a comunicação foi sujeita a um modelo em que nós, ao transmitirmos as nossas ideias, nem sequer somos capazes de reconhecer como aquelas ideias, as frases feitas, os clichês, transportam códigos ideológicos muito fortes. Aqui em Portugal, isso foi muito marcado no período da alteridade, em que, às vezes, as pessoas, mesmo sem querer, na maneira como falavam, até pessoas de esquerda, na maneira como se criou uma espécie de bom senso, que é em si mesmo uma agressão da capacidade de pensar livremente e de colocar problemas para a sociedade (e de pensar até que ponto é que a sociedade é brutalmente injusta e não serve), e é nesse sentido que nós entendemos a poesia. A poesia, para nós, é uma disciplina que põe em causa o pensamento e, depois, num sentido mais lato, o pensamento pela língua. A poesia é o uso da linguagem, a poesia é o uso que certas pessoas fazem da linguagem obrigando-a a um exame, como se a linguagem se tocasse, sentisse, fosse obrigada a pensar por que é que se usa esta palavra e não aquela. Por exemplo, muitas vezes o ficcionista pode ser um extraordinário ficcionista, mas a linguagem para ele é usada ao nível da eficácia. Ele não está tão preocupado com que o leitor se ponha a olhar para a linguagem e estranhar a linguagem, ele quer sobretudo transmitir ao leitor uma espécie de quadro psicológico, às vezes até filmico, funcionar quase até como um filme, que tá a ver uma cena, um conjunto de personagens, ele gosta de fazer, de usar de categorias mais realistas ou não, mas o que não lhe interessa tanto é atuar sobre a ligação entre a linguagem e o pensamento, a forma como a linguagem deforma o pensamento, ou pelo menos orienta o pensamento em relação a certas ideias que já estão contidas nas palavras. E, a nós, parece-nos que a poesia é como se soprasse para dentro da palavra e começasse a causar uma espécie de embaraço na palavra. E não é que nos interessa apenas uma poesia altamente experimental, mas uma poesia que não faça a palavra sentir-se tensa, nervosa, ter que dar explicações, não nos interessa muito, porque nos parece que a poesia, que o verdadeiro ato literário, é aquele que obriga a pessoa a pensar. Se eu penso com palavras, se mal eu começo a colocar um problema, as palavras são a primeira instância dessa negociação, então eu tenho que perceber se eu estou a usar palavras que me são afins, que são minhas, porque é como se, por exemplo, eu fosse o índio e tu o caubói. Se tu chegares à minha terra e tu pões uma arma apontada para a minha cabeça e me obrigas a usar a tua língua, eu nunca vou conseguir libertar mesmo os meus filhos, os meus, eles podem adquirir as tuas armas, mas se eles continuarem a falar a tua língua, eles vão continuar a falar a partir do mundo de onde tu vieste, tás a perceber? Eles não

vão ter as palavras que eles próprios criaram na relação deles com as plantas, com o amor, com o que quer que seja. E essa apropriação é essencial na poesia, que é perceber se, quando nós usamos um nome, que relação é que nós temos com esse nome? E, muitas vezes, acontece que nós usamos os nomes e os nomes enviuvaram dos conceitos. Isso nota-se muito, por exemplo, em poetas como Helbert Elder, para quem, muitas vezes, quando surge uma bicicleta, ela está divorciada daquele conceito típico da bicicleta, mas existe uma bicicleta enquanto metáfora, enquanto sentido de movimento, de proposta de uma espécie de ato de movimentação soberana, de uma pessoa, é um meio de locomoção de um só. Mas isso pra dizer que, quando nós publicamos ficção ou ensaio, essa ficção e esse ensaio estão sempre contaminados por essa espécie de inquietação, essa procura de perceber os termos nos quais nós nos apresentamos. Porque a comunicação não nos interessa simplesmente para dizer "olha, eu sou de esquerda, eu sou de direita, eu sou feliz, eu sou triste, eu sou deprimido". Estas palavras todas pra nós, que a maioria das pessoas aceitam, parecem-nos em si mesmos diagnósticos que fazem doentes. Ou seja, ao invés de serem diagnósticos que explicam a condição do doente, não, eles fazem o próprio doente, porque a comunicação como ela é feita hoje em dia obriga-nos a fazer escolher, em que às vezes nós não somos uma coisa, nós não somos de esquerda, eu não te amo, eu gosto de ti, eu não sei o quê, mas a palavra amor impõe-se-nos. E, às tantas, nós embarcamos e, quando nos damos por nós, estamos casados porque, se calhar, a linguagem...não fomos nós, nós demos por nós ao usar a linguagem em que o passo seguinte era levar-nos a "sim, aceito este emprego, esta relação, sim sou de esquerda, vou para aquele partido porque só há dois". Porque as linguagens são sempre...são vastas, amplas, o vocabulário é extenso. Na verdade, acabam sempre por nos empurrar os sinônimos, são bastante miseráveis apesar de tudo. Sobretudo quando nós não temos um domínio muito vasto da língua, uma pessoa quanto mais domina a língua, mais livre é. E, sobretudo, se nós pensarmos, hoje em dia, naquilo que acontece com a maioria das pessoas que, embora não sejam iletradas, têm um domínio da língua muito escasso, isso as coloca à partida, ainda antes de elas dizerem quem é que são, o que pensam, o que sentem, elas já estão restringidas. Portanto, a poesia parece-nos o primeiro ato de abertura.

Interessante, quase como um manifesto da editora digamos assim para explicar a sua prática.

O próprio nome da editora é Língua Morta, e por quê? Língua morta é uma língua que se deixou de falar e a poesia, num certo sentido, é essa língua que foi abandonada, é a língua da criação do mundo, porque quando nós chegamos ao mundo, a primeira sensação pela qual nós somos tomados é o espanto, quando nós somos crianças a única maneira que temos de comer o mundo é metê-lo na boca, não é, que é o que os miúdos fazem. Depois, o ato seguinte a meter na boca é tentar tirar alguma coisa da boca, é tirar o mundo da boca, então tentamos tirá-lo pela língua, a língua é a forma de nós tirarmos o mundo da boca, criarmos uma relação com o mundo. E, nesses momentos de espanto, em que nós estamos a aprender a língua, nós estamos sempre a perguntar aos nossos pais como se chama aquilo, como se chama aquilo, e se nós tivermos pais que têm um grande domínio da cultura e da língua eles enchem-nos de mundo. E se nós tivermos pais que usam poucas palavras, nós chamamos cadeira a tudo, mesmo que seja uma mesa, uma estante, quer dizer, e há muitos tipos de mesas, muitos tipos de cadeiras, muitos tipos de plantas e pássaros, não é preciso dizer sempre só pássaro, ou ave, é mais bonito dizer o canário, o rouxinol, o melro. Se nós olharmos para um pássaro e o pássaro tem a sua família e nós dizemos sempre “é pássaro”, o céu fica, a experiência do céu é muito limitada, o céu tem muita família, tal como as pessoas. Dizer que uma pessoa é isto ou é aquilo é pouco, e, às vezes, nós constrangemos as pessoas e, sobretudo, isso acontece muito às minorias, porque são aquelas que estão num espaço em que não têm meio de negociar as suas próprias palavras. E, portanto, há um poeta espanhol que tem uma dedicatória espetacular, ele dedica o livro dele à imensa minoria. E nós pensamos a poesia como a imensa minoria, porque é uma minoria no seu tempo, mas, ao longo do tempo, é uma maioria, porque as pessoas que de fato se dedicam a estes problemas (e que são as pessoas que fazem a vida da poesia) acabam por ser uma maioria ao longo do tempo, face àqueles poetas de treta que vão morrendo em todas as épocas e que não tocam o nervo das questões poéticas. Mas isto tudo tem muito a ver com edição. Porque, a mim, uma coisa que me faz muita impressão é entrar na página de rede social de uma editora supostamente independente e perceber que não há independência nenhuma. Ela comunica tal como um grande grupo. Por exemplo, no Brasil vocês têm a Companhia das Letras, não é? Que é uma grande editora. E, depois, eu entro em páginas de editoras brasileiras, de pequenas editoras brasileiras...excelentes editoras como, por exemplo, a 34, é uma excelente editora, mas a comunicação da 34 é igual a Companhia das Letras, é igual, é promoção pura e dura. Com melhores autores, n’alguns casos, a Companhia das Letras também publica coisas fabulosas. Mas a questão é: eu posso editar o Dostoievski se a minha linguagem é uma

linguagem comercial, institucional não sei quê, eu podia estar a editar a Xuxa, sei lá, ou Paulo Coelho. Quem edita o Paulo Coelho e usa uma linguagem de comunicação, de marketing, não sei quê, e depois edita o Dostoievski não está a fazer mal ao Paulo Coelho, está a fazer mal ao Dostoievski. E é esse o problema da independências nas editoras, é que as editoras optam sempre pelo lado do comercial, do Paulo Coelho, e nós temos que ter às vezes um pudor que é perceber que não se edita Dostoievski da mesma maneira que se edita...[o Paulo Coelho]. E o editor que edita Dostoievski tem que ter muito cuidado, porque esse editor tem que ser chamado à pedra, ele não pode, não se pode editar impunemente o Dostoievski, não se pode pensar que o Dostoievski é uma coisa assim que serve para todos, não, isso é um movimento de...é como pegar, é uma apropriação mas não no sentido cultural, é uma apropriação no sentido de derrotar o próprio sentido da obra de uma figura como Dostoievski, que é um autor que foi obrigado a colocar problemas muito sérios sobre o caráter humano, sobre o que é se estar submetido a questões de penúria, o que é aquele homem do subterrâneo, não é, e essas figuras que vêm da marginalidade e que questionam a sociedade e que colocam problemas à sociedade e que são figuras essencialmente literárias, porque a literatura é uma arte dos últimos, é uma arte das pessoas sem agência, porque nenhum modelo se vira para a literatura. É raro uma pessoa que está bem na vida virar-se para a literatura, porque lá está, a literatura acaba por ser a irmandade daqueles que estão na merda. Porque ao contrário, por exemplo, da arquitetura, o Oscar Niemeyer tem um documentário fabuloso que se chama "A Vida é um Sopro", ele diz "os pobres tão na merda", e o que eu quero dizer com essas coisas a partir...pensando a arte como arquitetura é que artes como arquitetura, o cinema, são artes ricas, um pobre precisa de passar por triunfos monumentais para conseguir dominar, ter um papel interventivo numa arte como a arquitetura. A poesia, não, uma pessoa que paga numa caneta, ou fecha-se num quarto...bom, apesar de tudo é preciso tempo e isso é uma coisa que uma pessoa que não tem alguma condição de privilégio não consegue. Mas, apesar de tudo, dentre todas as artes, a literatura é a arte mais acessível a quem tem menos condições e, por isso, é que é uma pena que, hoje em dia, a maioria das editoras tenham conseguido criar um discurso voltado pra gente "de merda", aquilo que vocês chamam "as patricinhas", os "playboys", aquela gente que, no fundo, usa a cultura como se fuma um cigarro, ou compra uma camiseta, eles usam-na como um fenômeno de identificação exterior, mas aquilo não os nutre, não joga com os ossos deles, com a anatomia intelectual, ética, moral. E, com esta conversa, não quero passar a ideia de que sou uma pessoa altamente politizada, não se

trata disso, trata-se simplesmente: a minha religião ou a minha política é a literatura. E a literatura tem consequências: não se pode editar Dostoievski e achar que isso não tem um significado, porque o ato literário não está destituído de valor ético, de valor moral, não se pode pensar que lá porque é bem escrito...não é o que é bem escrito que é literatura, é o que é consequente, o bem escrito é o processo através do qual uma ideia se torna consequente e perdura. Pronto.

Interessante, essa é a primeira discussão que aparece envolvendo arte e literatura, para além de marketing ou comercial, digamos assim, por conta dessa adaptação ao mercado.

Mas isso é um dos aspectos centrais, quero dizer, a edição que, hoje em dia, não questiona os aspectos da forma como o capitalismo estruturou aquilo que é a própria vida editorial é uma edição que não é literária. Para mim não existe: uma editora 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. Eu fico sempre espantado quando eu ouço um editor que fala de literatura como se a literatura existisse...como se estivéssemos numa espécie de limbo, ou num parnaso, quer dizer, a literatura existe dentro das condições em nós estamos metidos. E, por exemplo, a Jéssica, nesse momento, não está no Brasil, mas com aquilo que se está a passar nesse momento no Brasil, eu ouvir falar d'um editor que não fale da circunstância dos leitores num país que está a viver debaixo d'um regime autoritário que põe em causa todas as condições de pensamento literário, acho que esse editor pode ser tonto, inconsciente ou idiota, mesmo. Mas acho que isso é só sintomático da forma como o grande triunfo do capitalismo é por as pessoas a pensarem que existem posições neutras. Não existe. Não existe neutralidade. A neutralidade é uma posição, e é uma posição muito fincada politicamente. A Suíça é um dos países que tem uma posição política mais violenta.

Não se envolver em algo é uma posição.

É uma posição declaradamente política, porque é uma posição que apoia aqueles que estão no poder, apoia os esquemas.

Sim, mantém o *status quo*. E uma dúvida, Diogo, mais prática, uma pessoa que queira comprar os livros da Língua Morta: como normalmente vocês distribuem os

livros? Vocês têm algum canal de venda online ou é mais diretamente com as livrarias parceiras?

Nós temos...As pessoas podem nos encomendar diretamente os livros, mas nós temos um distribuidor, que é um distribuidor d'um conjunto de editoras pequenas, que são editoras afins da Língua Morta no sentido que são projetos com os quais nós nos identificamos. E esse editor, que tem também ele uma editora, e foi ele que criou a distribuidora que é para distribuir os livros da editora, que também é o meu editor, eu quando publico um livro como poeta publico na editora dele, porque eu não publico os meus próprios livros, esse distribuidor distribui por todas as livrarias portuguesas, menos pelas livrarias do grande grupo que é a Bertrand, porque o grande grupo impõe aos distribuidores e aos editores uma exorbitância. Porque são grupos com, lá está, um poder que faz com que eles possam impor a parte de leão, e nós como não aceitamos dar...nós já damos uma parte significativa que é 40% do preço de capa do livro à livraria, se uma livraria nos vem pedir 60% ou até mais do que isso para fazer promoções nós não damos, porque é simplesmente estabelecer regras. E a maioria das editoras em Portugal não vê problema nenhum em dar a parte de leão a uma livraria, porque aceitam ser, no fundo, manobrados e manipulados pelo agente financeiro mais poderoso, que tem mais condições negociais.

E então, por exemplo, por e-mail ou pelo blog da editora é possível?

Sim.

E vocês teriam alguma prevalência em alguma cidade, por exemplo, mais no Porto e Lisboa?

Mais em Lisboa. Lisboa significa, eu diria, 60% do negócio da Língua Morta, porque Portugal é um país muito assimétrico. Existem duas cidades em Portugal que é Lisboa e o Porto, a partir daí as cidades já são quase vilas como, apesar de serem às vezes cidades grandes como Braga, e isso do ponto literário não existem. Existem cidades em Portugal que não compram um livro à Língua Morta, porque a cultura em Portugal é uma coisa, infelizmente, limitada a uma pequena elite - e, sobretudo, a poesia. E, lá está, isso entra com aquela parte em que eu digo que não gosto de estar a falar sempre para os mesmos, detesto. Por isso é que temos um discurso tão crítico e não gostamos de criar famílias, nem...nós não fazemos aquele discurso de "o leitor é que tem razão", nós não fazemos descontos, nós não mimamos os nossos leitores, nós não mandamos e-mails a dizer "você é espetacular", não passamos...não damos palmadinhas nas costas dos nossos leitores por

comprarem um livro nosso. Se eles compram um livro nosso é porque reconhecem que o nosso trabalho é bem feito, ponto final. Não há aqui de maneira nenhuma esse tipo de discurso dirigido ao ego do consumidor, que é uma coisa que nós detestamos.

Então esse termo de "marketing", diria que não o fazem?

Nós 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. Ou seja, temos um contrato literário, não um contrato afetivo, nem um contrato...nós não estamos aqui para dizer "nossos leitores são seres muito..." não, é simplesmente o valor da obra literária e o que é que isso...isso pode aproximarmos e pode pôr-nos a discutir questões. Mas, a partida, nada nos liga aos leitores da Língua Morta, porque eles leem pelas razões deles e eu não tenho que questionar. Eu coloco um livro e quero que esse livro seja o melhor possível, mas não controlo o leitor e não tenho uma relação. Não são meus irmãos, não são meus amigos, e os autores da Língua Morta também não são meus irmãos e não são meus amigos. São simplesmente pessoas que, num determinado momento, numa obra me parece que fizeram qualquer coisa que eu admiro.

E como vocês escolhem os autores, por exemplo, as pessoas chegam até vocês?

Normalmente convidamos. Eu diria que 95% ou mais somos nós que convidamos. Nós vamos recebendo propostas e raramente aparece uma coisa que nos interessa, mas é uma coisa tão rara que não é significativa, a maioria das coisas somos nós que fazemos a abordagem.

E vocês têm alguma forma de saber o retorno dos leitores, por exemplo, uma comunicação com o leitor? Participam por exemplo de feiras em circuitos não tradicionais ou pelo próprio e-mail?

Sim, os leitores podem mandar-nos mensagens e não sei o quê, mas lá está, nós não prometemos esse contato. Achamos que a maioria dos leitores, para já quando procuram um editor é para lhe pedir coisas, não é para voluntariar em uma opinião, não é para terem um discurso crítico, é para virem com coisas, porque querem...e por isso nós temos uma atitude muito desconfiada, porque a maioria das pessoas que nos contatam é porque querem que nós publiquemos os livros delas e nós não estamos muito interessados. Nós temos muitas coisas para editar e o nosso projeto não é por falta de...nós temos é falta de

dinheiro. E, depois, como o nosso problema é sempre um problema de dinheiro...se eu tivesse o dobro do dinheiro, eu editava muito mais do que edito e, às vezes, editava melhor. Eu, por exemplo, por não ter dinheiro, 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.

Eu ia perguntar se vocês contratam *freelancers* para ajudar ou se fazem tudo...

Não, a única coisa que nós temos, contamos, é: muitas vezes, além dos autores, nós temos tradutores que colaboram conosco, ou seja, são pessoas que traduzem por amor. E desse ponto de vista eu destaco o Miguel Felipe Mochila, que é quase um terceiro membro da Língua Morta. É quase não, na verdade, ele é o terceiro membro da Língua Morta, porque ele já publicou tantas traduções de poetas tão importantes que, de algum modo, ele estabeleceu alguns pilares da editora, no sentido de uma das partes mais importantes da editora, que são os seus livros de autores traduzidos. Mas respondendo à pergunta, nós não estamos em muito contato com os leitores, não privilegiamos esse contato, porque a maioria dos leitores contactam-nos por razões egoístas e nós não estamos para dar atenção às pessoas que...Hoje em dia, o mercado criou uma cultura do egoísmo do consumidor, e o consumidor está convencido de que se dirige a uma editora e pedem “olha, leiam isto, tomem lá”, não sei quê, e nós temos transformados, por termos uma editora, onde ainda por cima não ganhamos dinheiro, perdemos dinheiro, estamos transformados em ama seca. Isso existe no Brasil a expressão ama seca, não?

Não, eu ia perguntar, inclusive.

Como é que se diz...a babá, a empregada que cuida das crianças

Ah, sim, ama, claro, ok.

E eu não tenho paciência para isso, eu não estou aqui para ser simpático com o leitor, eu estou aqui para se, uma pessoa, por exemplo, a Jéssica mostra-me interesse pela questão das editoras e não sei quê, eu estou a falar sobre o trabalho que nós fazemos, sob a minha perspectiva que eu tenho nesta área. Mas não temos que transformar isto numa conversa de mimos e de afetos, quer dizer, podemos ter uma conversa...às vezes, é mais interessante deixarmos de lado esses aspectos e podemos falar das coisas seriamente, empenhadamente, sem estarmos aqui a tentar agradarmos, não é? É mais interessante para mim ter uma conversa séria e, infelizmente, os leitores não nos procuram com propostas

sérias. Há alguns exemplos de leitores muito bons, desse ponto de vista, nós temos leitores que apoiam a editora: muito poucos, atenção, é mesmo tão pouco que isso alimenta ainda mais a nossa perspectiva desconfiada, mas eu diria que tem cinco leitores fenomenais, que compram tudo, que são atenciosos, que nos dizem “olha, encontrei aqui um erro”, eles quase que querem, parece, como leitores, quase trabalham com a editora, não é? Mas isso é um fenômeno raro, é raríssimo. O que eu tenho mais é gente a chatear-me, a querer coisas, a pedir porcarias. E em relação...por que é que nós não vamos muito a festivais, não sei quê? Nós não somos convidados porque fazemos este discurso que eu estou a fazer com a Jéssica. E, se calhar, a Jéssica até tem interesse, mas a maioria das pessoas prefere aquele discurso de "tamos ali aos beijinhos" uns aos outros e a dizer: "ah, aquele escritor é maravilhoso, aquele é ótimo, os leitores são pessoas cheias de riqueza e é preciso..." e não, não é essa a nossa postura.

Entendi. Interessante, é bem contra "a corrente", para usar esta expressão.

Atenção que nós não começamos assim. Nós éramos bastante mais disponíveis, bastante mais simpáticos, só que esses dez anos empurraram-nos para uma posição mais extrema porque, de fato, deparamo-nos com um ambiente social na literatura que é muito mau, muito muito muito mau, é de tal modo mau, que é constrangedor para o editor, para o autor, para o livreiro, toda a gente que hoje em dia tá inserida em um dos pontos do setor livreiro e editorial sente uma agressão doentia de um público, de um meio, que é um meio horroroso de pressões, de violências, de esquemas, de toda a gente a enganar-se, toda a gente a mentir.

Como um jogo de egos?

Não só, mas é uma lógica canibal econômica, a lógica de competição, de falsidade, de traição, de tudo isso.

Como a gente está falando dessa visão mais "pessimista"/ "realista", tirando essa questão, vocês fazem algum tipo de parceria com outros editores independentes com os quais vocês se identificam e qual tipo de parceria, por exemplo?

A principal parceria é o fato de termos uma distribuidora comum. Hoje, temos um jornal comum com outras editoras, uma espécie de jornal de sátira e de crítica que se chama "A Corja", no qual já editamos até um livro e vamos editar outros livros em comum. Depois, há momentos pontuais em que uma edição fazemos com outro editor, para repartir custos,

porque, na nossa existência, há duas coisas que são centrais: o aspecto político, crítico e o como é que nós damos a volta ao problema financeiro, ao problema da falta de recursos e, então, às vezes é preciso criar estas pontes, estas ligações para conseguir dar a volta às nossas limitações.

Até se o Diogo puder me passar alguns nomes de outros editores de Portugal...

A Maldoror...a VS editor, do Vasco Santos, a Snob, há outras editoras que são afins da Língua Morta, eu gosto muito da Flop, do Rui Manuel Amaral, muito, gosto da...eu sou jornalista, portanto, no meu trabalho, também eu entrevisto muitos editores, muitos autores. E, obviamente, a página da Língua Morta é usada para divulgar o trabalho feito por muitas outras editoras. Essa é uma das diferenças, para mim, cruciais na Língua Morta, que é uma coisa que eu não vejo mais nenhuma editora fazer, que é: a Língua Morta divulga os livros de outras editoras, nós divulgamos o trabalho de outros, enquanto que as outras editoras estão fechadas num mundo, quase como se dissessem "só nós é que existimos". Tem uma visão horrorosa, diria eu, que é, na página daquela editora só falam daquela editora, como se não existisse o mundo à volta. E, para nós, não, a Língua Morta existe em diálogo com outros autores, com outras editoras, com tudo, quer dizer, acho ridículo uma editora, hoje em dia, ter uma página que só serve para promover e vender livros, parece-me uma coisa tipo grande editora, que só pensa em vender. O meu objetivo não é vender, é propor ideias que eu acho fortes, marcantes, críticas, então eu não entendo uma editora que só venda os próprios livros, quer dizer, e fora da editora não acontece nada de interessante? É, pá, eu não percebo isso.

Interessante, porque já ouvi que não fazem parcerias porque essa seria uma forma de concorrência.

Para mim é um editor que permite que a questão econômica seja mais importante do que a questão literária, porque, quer dizer, então se o autor dele estiver publicado noutra editora? Aí já não interessa? Então, e se o autor dele publicar o melhor livro dele noutra editora, dessa nós já não falamos porque não é minha? A concorrência, para mim, que é um fenómeno capitalista, acho que a partir do momento em que sai do mercado e entra na própria consciência das pessoas é um sinal da estupidez ao mais alto nível. E essa visão diz pessimista, mas eu percebo que se diga pessimista em comparação ao que outros editores falam...

Exato.

Mas eu defenderia que a minha é a única que é realista. Ou seja, não é que eu seja o único a falar assim, há outros editores que me acompanham nesta questão. Eu nunca vi a outra pessoa com os argumentos dela de fora desta lógica que fosse, de fato, que estivesse a falar da experiência, porque não me interessa falar...eu poderia dizer "não, é importante ter um discurso positivo e tal", mas esse discurso não é aquele que é reforçado pela experiência. A experiência reforça um discurso duro. Porque nós estamos a viver, de fato, um tempo em que as pessoas estão colonizadas pelo fenômeno econômico, ou seja, a própria lógica capitalista domina a maneira como as pessoas organizam a sua vida, até nas suas paixões. Às vezes, até, nas prendas que nós damos ao namorado e à namorada, ao pai e à mãe, portanto é natural que isso depois entre na forma como nós fazemos o editor.

E acha que é possível viver, no sentido sobreviver e pagar suas próprias contas, enfim, de fazer livros? Ou acha que isso não deveria ser um objetivo, por exemplo?

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, mas eu imagino, e eu sei de um exemplo ou outro, parece-me casos lá fora, que eu não conheço muito bem e, portanto, eu imagino, eu suponho, que existem editores geniais. Aqui em Portugal os únicos casos dos editores que conseguem viver do que editam é porque exploram os revisores, os tradutores, os paginadores, os gráficos, os autores, ou seja, são fenômenos de exploração em que alguém que está em cima colhe os lucros e os que estão abaixo ganham muito mal. Às vezes nem sobrevivem com o trabalho que fazem e têm que voluntariar o seu trabalho, ou seja, há uma pessoa que está a fazer por paixão e a outra que está a ganhar dinheiro, é isso que se passa em Portugal.

E uma última pergunta, então, eu me deparei muito com o conceito de bibliodiversidade atrelado ao termo de editoras independentes. Queria ver se já está familiarizado com esse tema, como o definiria, ou se teria algo para comentar a respeito desse conceito.

Bom, primeiro eu acho que isso faz parte do marketing das editoras independentes, essa conversa. Porque, muitas vezes, as editoras comerciais promovem muito mais a bibliodiversidade do que as editoras independentes, porque as editoras independentes

quase sempre servem para ser órgãos de grupos familiares, de amigos, e não sei quê, que são amigos que existem naquilo que se chama por cá as capelas, não é, e que o que fazem é editar-se uns aos outros e elogiar-se uns aos outros e, no fundo, não geram diversidade nenhuma, simplesmente são pessoas que falam em diversidade, porque eles não conseguem publicar nas grandes editoras, então criam editoras para se publicar a si mesmos. Por isso é que eles gostam de falar de diversidade. Mas existe, de fato, editoras que nascem para corresponder a nichos que não estão representados pelos fenômenos comerciais, mas eu, hoje em dia, tenho a tendência a achar que, se um nicho for minimamente interessante, ele consegue ter representação nas editoras comerciais. Então qual é que é o valor essencial de uma editora independente para mim? É porque, além de satisfazer os interesses de determinados nichos, a editora independente tem uma programação, uma agenda crítica, e é esse o único nicho que o capitalismo acaba sempre por rejeitar. O capitalismo detesta uma editora que gera...que faz com que...que diga assim aos leitores, como, por exemplo, a Língua Morta: eu prefiro dizer a um leitor que não tem a ver com um perfil minimamente intelectual, e aqui intelectual não é aquele sentido nobre do termo, é intelectual no sentido de uma pessoa que realmente pensa sobre as coisas que lê e que se deixa afetar por essa experiência, eu prefiro que essa pessoa não compre os livros da Língua Morta. Porque os livros da Língua Morta, como custam dinheiro a mim, como eu gasto dinheiro para esses livros existirem, eles são uma prenda que eu dou ao leitor da Língua Morta. Eu e o David e os outros que estão envolvidos nisso, porque os meus leitores não recebem dinheiro, e dou-lhes alguns livros, mas eles...nós estamos a trabalhar todos por paixão, então eu prefiro que um leitor de merda não compre um livro da editora, porque está a comprar um livro que poderia ir a um leitor bom. E eu acho que o conceito de bibliodiversidade parte do princípio de que as editoras independentes fazem um trabalho que as editoras comerciais não fazem. Em potência, isso é verdade, mas eu não vejo isso acontecer na maioria das editoras independentes em Portugal, porque o que a maioria das editoras independentes em Portugal fazem é: procurar maneiras ou de editar os seus amigos e os seus pares, ou de editar aquelas edições que lhes dão meios de ganharem dinheiro com apoios, então isso faz com que, no fundo, elas não sejam editoras independentes. Depois, existe de fato um conjunto de editoras como a VS, como a Maldoror, como a Snob, como a Flop, como a Dois Dias Edições, como as edições do Saguão, como a editora 7 Nós, eu poderia lembrar mais uma outra...e essas editoras editam autores que estão mortos, que eles não conhecem, editam por outras razões, e aí eu vejo projetos literários e, para mim, um projeto literário é um projeto que coloca o

dedo na ferida do tempo, do seu tempo. Não é colocar o dedo na ferida de dois séculos atrás, que é o que fazem as editoras que gostam de fingir que são interventivas como, por exemplo, a Antígona, que faz assim uma grande campanha de ser uma editora refratária, não sei quê, mas no fundo não ataca nunca os privilégios que estão em causa aqui no espaço da literatura portuguesa, nunca. Estão divorciados, é como se fossem alienados, vivem dentro do processo do anarquismo, mas é um anarquismo de chinelos em casa, a comer bem, a beber o seu chazinho, a comer as suas madalenas, mas é um anarquismo só... marketing, porque, depois, no fundo, as pessoas que estão ali envolvidas não representam nada que gera mal estar no ambiente onde eles estão inseridos. E, portanto, essa conversa da bibliodiversidade, para mim, 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. Algum tipo de...às vezes até a beleza coloca constrangimentos, porque a beleza dá-nos uma imagem...do que é que poderiam ser as coisas e, fossem um bocadinho mais, por exemplo...um escritor que escreve extraordinariamente bem humilha os escritores que, supostamente, são os grandes escritores e que nós vemos hoje em dia em Portugal e no Brasil a receber muitos prêmios e que são maus escritores. Só que são escritores do regime, escritores favorecidos pelos esquemas de privilégio, então, às vezes, publicar um escritor, mesmo que não seja um escritor altamente politizado, mas que escreve de uma maneira fenomenal, e isso obriga sempre obviamente a questionar a língua e o trabalho da língua, causa sempre um certo transtorno naquelas pessoas que representam o *status quo* e que normalmente estão lá apenas por causa dessas relações de privilégio.

ANEXO 9

Carlos Alberto Machado - Editora Companhia das Ilhas (Açores, Portugal)

Data: 02/11/2020

Duração total: 36min

Via: Telefone

Gravação em formato de áudio

Normalmente começo a entrevista com um breve histórico da editora, pedindo que fale um bocado sobre si, sobre a sua profissão, enfim.

Então, nós...eu digo..vou falar em nós porque sou e a minha esposa, que é minha companheira aqui da editora, a Sara Santos, nós começamos em maio de 2011 e nessa altura nosso objetivo era fazer um pouco...trabalhar na área da comunicação institucional, apoio a projetos de revistas, na parte editorial, também, uma série de outras coisas, conciliadas quase sempre com a escrita, portanto a comunicação institucional. Depois, de início, não correu muito bem, como nós tínhamos também pensado fazer a parte da editora, em maio do ano seguinte, portanto em 2012, abandonamos praticamente a outra atividade, com que tinha a Companhia das Ilhas iniciado, dedicamos praticamente em exclusivo à editora. Portanto, em maio de 2012 editamos seis pequenos livros de formato de bolso, que, digamos, a nossa primeira imagem de marca em termos editoriais. Optamos desde logo o início por trabalhar na área portuguesa, ou seja, raramente, só há duas exceções nesse tempo que passou, é que publicamos um autor de língua inglesa e um autor que é de língua castelhana, de resto mantemos, desde o início, dando quase exclusividade absoluta aos autores de língua portuguesa, incluindo Moçambique, Brasil, Cabo Verde, etc. Neste tempo, a editora foi crescendo um pouquinho e chegamos agora a este mês, em novembro de 2020...estamos com mais de 200 livros publicados, 207, 208, por aí. A editora...quase sempre as editoras que nascem com projetos individuais, assumem imediatamente características distintas das outras editoras, não é, faz um processo natural, digamos assim, não é? Ainda a ver com as nossas vivências, com os nossos gostos pessoais, com o local onde estamos também, neste caso aqui, no caso dos Açores...aí por cerca de 30% estarão com...mais voltados para os autores açorianos. Eu, pessoalmente, vim do teatro em primeiro lugar, depois fui professor na universidade a dar aula na área do teatro também, na área teórica, sempre houve muitas coisas da minha vida ligadas à atividade editorial, comunicação, animação cultural, um pouco por aí. Quando vim para aqui para a Ilha do Pica, há cerca de 15 anos, trabalhei também como assessor

cultural na autarquia daqui e, portanto, meu percurso anda nessas áreas. Entretanto, fui escrevendo, tenho livros editados de poesia, de teatro, de ficção, há um ensaio e, portanto, tento conciliar essas duas atividades de editor e de autor. Mas a segunda parte, de autor, está muito prejudicada com a parte da editora que ocupa o tempo quase todo.

Eu queria saber, então, quantas pessoas trabalham na editora? É o Carlos e a sua esposa, é isso?

Uhum, quer dizer, em tese somos nós, não é? Eu e a Sara.

E ela também é da área da comunicação ou da área do teatro?

É de uma área diferente, mais da área da gestão, ela cuida de uma série de questões relacionadas com a colocação dos livros nas livrarias, contato com as livrarias, enfim.

Essa parte mais administrativa.

Alguma assistência editorial, ela fez uma especialização em edição, fez uma pós-graduação na católica, em edição, mas a parte editorial é mais minha, a parte da gestão é mais dela, e depois...quer dizer nós pensamos coisas em comum, não é, depois...teve algumas colaborações esporádicas, por exemplo, nós trabalhamos a parte toda de paginação, diagramação, mas todo o design é feito por um amigo nosso, que está conosco, que é o que chamamos nosso designer sênior, ele que criou as primeiras capas, continuou a fazer capas para nós, para manter alguma unidade gráfica nas edições que fazemos ...Agora, vamos experimentar trabalhar com uma outra pessoa, na área da edição, revisão de texto, vamos ver se há uma possibilidade de receber com o apoio do governo um associado para fazer um estágio profissional... vamos trazer uma menina que tem mestrado em edição e que vai trabalhar conosco em edição e revisão de texto durante o período do estágio. De resto, as editoras pequenas funcionam um pouco com características muito centradas neste tipo de pessoas, não é. É uma característica própria.

Então a maior partes destes trabalhos por fora que precisam vocês terceirizam, por exemplo, em regime *freelancer*.

Sim, normalmente são colaborações graciosas, às vezes há um pagamento simbólico, são pessoas de outras áreas, da área do design, que trabalham às vezes conosco, mas continuam nas suas próprias atividades. Normalmente, são contribuições desta natureza. Porque 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, ou...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.

Mas então em relação à distribuição, como fazem essa distribuição, vocês têm os livros disponíveis em todas as livrarias ou selecionam quais livrarias?

Nós temos contratos fixos com a Fnac, com a Porto Editora, venda online, e com a Almedina, são as três grandes redes de livrarias, com estas tenho contato direto...pedem-nos com regularidade, algumas vezes esporádicas, as edições que fazemos. As restantes livrarias, nós informamos as livrarias que temos os livros disponíveis, muitas delas pra já pedem-nos o livro, ou à consignação, presumo que saiba o que significa, quando o livreiro só paga o livro se o vender, ou n'alguns casos há alguns livreiros que compram os livros. Portanto, não têm o regime de consignação, que é uma coisa que nós vamos... quando digo nós, digo os editores independentes em geral, quando atender e se dirigir às livrarias: “comprem os livros”, ou seja, que façam... que aceitem ter parte no risco, que não seja apenas a editora que investe tudo, não é. Portanto, nós vamos começar a...pouco a pouco [a pedir] às livrarias a terem que comprar os livros, que querem ter esse livro. De qualquer modo, a distribuição é, inteiramente, da nossa responsabilidade. O que nós fazemos, quando uma pessoa precisa do nosso livro, as livrarias pedem, nós fazemos todo o trabalho de expedição, de emissão de fatura, da posterior cobrança dos valores dos livros que são vendidos, e fazemos também o envio através dos pedidos que chegam, ou por e-mail ou através do nosso site, estamos fazendo inclusive venda online, venda direta, pronto, ao leitor que quer comprar o livro, também nessa experiência de venda online... e isto tem crescido um pouco neste contexto que vivemos em pandemia. Cresceram um pouco as vendas dos livros desta natureza.

E, Carlos, uma das questões principais da minha pesquisa envolve o que os editores percebem por independente, então nas suas palavras, o que é uma editora independente?

Há uma grande confusão em Portugal sobre o assunto. Porque, na verdade, se formos rigorosos, ninguém é independente. Ou seja, nós dependemos, em parte, sempre de uma instituição, dependemos das vendas, dependemos das livrarias, então deste ponto de vista,

por uma visão de mercado, não há aquilo que se pode dizer uma independência absoluta. Embora... nós não trabalhamos com intermediário, não dependemos, por exemplo, de nenhuma cadeia de livros para vender nossos livros, não dependemos de uma distribuidora e, nesse sentido, também do ponto de vista puramente comercial temos uma independência relativamente grande. Mas a nossa independência maior é a independência intelectual, ou seja, 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. Portanto independência é independência intelectual. A liberdade de atuar com os nichos da Companhia das Ilhas...não somos dependentes de ninguém para evitar seja o que for. Se podemos editar e temos dinheiro, editamos. Não nos obrigamos a editar lixo só para fazer o dinheiro para editar outras coisas, percebe?

Entendi.

Há quem defenda que se pode editar qualquer coisa, fazer dinheiro e depois, com esse dinheiro, editar aquilo de que se gosta. Acho que isso não é independência, acho que isso é dependência do mercado, nós não alinhamos a este tipo de raciocínio, digamos assim. Prezamos a independência intelectual, de publicar etc., a todo custo. E isso é ser independente. Não depender da crítica, não depender do gosto maioritário, não vamos editar uma coisa porque se vende, ou porque vêm na televisão ou um crítico famoso falou bem...

Carlos, desculpe, eu me esqueci de perguntar no início...Comentaste que o foco de vocês são os autores nacionais com exceção de alguns títulos de fora, mas qual é a prevalência dos tipos de livros publicados, ficção, não-ficção?

Nós publicamos preferencialmente poesia...poesia é o nosso foco maior, mas temos uma vertente, por exemplo, dedicada a livros de teatro, peças de teatro, peças para teatro. Agora recentemente fizemos uma parceria com uma companhia de teatro, que é o Teatro da Rainha [companhia-escola da rainha], e em colaboração com eles, pronto são nossos amigos, fazemos a edição de alguns autores estrangeiros de teatro, o Becket [Samuel Becket], Pirandello [Luigi Pirandello] e outros. Temos uma parte dos livros de ficção, que também é grande...digamos que a poesia e ficção ocupam o maior espaço. Depois o teatro, que acaba em terceiro lugar, depois temos uma edição de ensaios, publicamos sete a oito títulos, basicamente são essas as áreas em que trabalhamos. Embora há coisas...já

editamos fotografia, já editamos alguns livros que são de literatura de viagem, mas são residuais. Então ficção, muita poesia, algum teatro e algum ensaio.

Se pudesse definir ou explicar, por que abrir uma editora? Se houvesse uma resposta para isso?

Sim...Às vezes...nas nossas vidas acabamos por ficar muito ligados aos livros, não apenas como leitores, mas por razões...de editar livros, trabalhar como organizador de livros de outros autores, de teatro, de outras coisas. E, portanto, a minha vida sempre teve um bocado ligada a isso, não é, e depois ao lado material da coisa, ou seja, 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.

Interessante essa resposta, gostei. E uma questão: como vocês pensam essa questão do marketing? Vocês utilizam bastante o marketing digital? Como fazem a divulgação?

Uhum...a comunicação social, dita tradicional, jornais impressos, etc. e os jornais online, está completamente fechada para tudo que sejam projetos das pequenas editoras. Apenas dão espaço aos livros, aos autores de grandes grupos da edição, a Porto Editora, e Leya, etc. Então os únicos meios que nós temos são os meios da comunicação digital, das redes sociais. Portanto nós fazemos algum trabalho aí, mas somos poucos, não é? Somos dois...E o trabalho de comunicação nas redes sociais implica um gasto de tempo muito grande, não é? Então, de modo que nós usamos sempre que possível, usamos todos os dias alguma comunicação sobre os nossos livros, sobre os nossos autores, mas sabemos que é uma comunicação limitada, não...há a ilusão de que as redes sociais atingem muitas pessoas, é verdade que atingem, mas não atingem um universo de pessoas necessárias para que a comunicação do livro tenha depois resultados, ou seja, que as pessoas compre-

os livros, vão às livrarias à procura dos livros. É uma luta um bocado desigual, mas sim nós usamos bastante, dentro das nossas possibilidades.

Uma outra questão, na parte teórica da minha pesquisa eu me deparei muito com o termo bibliodiversidade. Eu não sei se o Carlos está familiarizado com esse termo ou o que compreenderia por este termo?

Eu não sei qual é o conceito que está a usar, mas...

Pode ser uma ideia que o próprio Carlos tenha sobre esse conceito, se está familiarizado...se é uma questão que a editora busca.

Não...Não. Quer dizer, em tudo que pode ser a necessidade da existência da bibliodiversidade na produção e da leitura. É muito vago, não é..

É mesmo o que o Carlos percebe. Seria mais uma questão de...por exemplo, muitas pessoas associam editoras independentes a uma maior variedade editorial, então trazer conteúdos que não estão no *mainstream*.

Ah...uma editora como a nossa, em que há uma liberdade relativa, também a liberdade é uma coisa relativa, quando nós falamos de liberdade, de liberdade editorial ou liberdade de imprensa, isso é muito relativo, por exemplo, quando aquele editor não tem acesso às condições está a ter a sua liberdade cortada, diminuída, não é. Portanto, não temos todos a mesma oportunidade no espaço público. Quem tem mais poder financeiro, mais poder simbólico, mais capital político, tem maior liberdade, porque pode ir aos sítios e fazer o que quer, outros não podem, não é. Mas nós defendemos que a maior liberdade possível, neste campo das edições, nós achamos que as pequenas editoras, ditas independentes, etc., devem existir, de maneira a permitir a liberdade de escolha do leitor. Seria impensável haver uma única editora num só país não é, quanto mais editoras, mais capacidade os leitores, para quem gosta de ler, maior liberdade de escolha...Agora, é preciso...as editoras precisam ter apoio, precisam ter apoio...do governo, apoio do Estado, para o qual todos nós contribuímos com os nossos impostos, não é. Para permitir justamente haver maior liberdade de escolha por parte do cidadão, não é apenas uma questão de sobrevivência das editoras, o que é importante, mas é importante também para que o cidadão possa ter maior capacidade de escolha, não é, melhor capacidade de oferta. Isso que é o mais importante. E as editoras pequenas, que têm vindo a crescer em

quantidade, em qualidade, têm um papel importantíssimo nisto. O número de livros publicados por ano em Portugal por pequenas editoras é muito significativo em relação ao todo. E em regra são livros...em regra porque também há exceções, em regra são livros que têm uma qualidade média superior à qualidade dos livros que são editados pelas grandes editoras. As grandes editoras têm um papel importante, sobretudo quando trabalham na área da tradução, ou seja, têm dinheiro para pagar direitos de autor, direitos de tradução, do autor de renome mundial, portanto elas têm um papel muito importante a desempenhar. Mas, por outro lado, afogam completamente, por exemplo, outros gêneros que as editoras pequenas fazem, como, por exemplo, a poesia e o teatro. A maior parte dos livros de poesia em Portugal, de gente mais nova e...menos nova...que são publicados pelas editoras pequenas e independentes, não são pelas grandes. Isto é muito importante, não é, porque sem isso não há literatura.

Interessante, esse seria o papel de uma editora menor, vamos dizer, independente.

Há editoras de média dimensão que também têm este papel importante, a gente tá a falar das pequenas e independentes, mas há editoras que têm uma dimensão já razoável, como a Relógio D'Água, por exemplo, e que no fundo é uma editora independente, só que tem uma dimensão financeira maior. Agora acaba de falir uma das mais importantes portuguesas, que é a Cotovia. A Cotovia está agora a fechar a porta, é uma editora de média dimensão, independente, e de qualidade também, não é...Ou seja, a gente tá a falar aqui dos grandes, não é, dos grande grupos económicos, e dos pequeninos como nós. Mas, no meio, há um conjunto de editoras que não se deixaram absorver pela Leya e pela Porto Editora, e por outros grupos económicos que existem...ao Grupo Presença, ao grupo agora que vem de Inglaterra, a Penguin Random House, tem a Alfaguara, espanhola, então outros grupos, não é só a Leya e o Porto. Mas nesse meio termo há evidentemente um conjunto de editoras importantíssimo que vivem com muita dificuldade...a Cotovia foi obrigada a fechar as portas, era uma editora interessante.

Carlos, aproveitando esse tópico de outras editoras, vocês fazem parcerias com outras editoras independentes? E já aproveitando a pergunta, também participam de feiras do livro ou feiras mais independentes?

Nós, aqui, temos uma particularidade por causa da questão geográfica, estamos muito afastados de onde as coisas acontecem, Lisboa, Porto e tal. Então ficamos muito afastados

dos grandes centros. Sempre que possível, participamos de feiras, feiras do livro, sempre que possível.

Mas mais as feiras mais tradicionais das cidades, de Lisboa e Porto?

É, também já participamos de algumas pequenas, independentes, da Feira Gráfica, a gente foi o ano passado, em Lisboa, na Feira da Lavra...este ano também participamos. Há algumas feiras no Cais, só de poesia, só de teatro. E as parcerias com outras editoras são muito difíceis. Porque cada um tem o seu...a sua identidade muito própria e que não gosta de partilhar com os outros. Compreende-se isso um pouco, não é. O que faz falta, e há tentativas nesse aspecto, é haver uma associação, um agrupamento das editoras de pequena e média dimensão para fazerem frente aos grandes grupos. Por exemplo, para terem mais espaço na comunicação social, para terem 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, nas internacionais. E as pequenas e médias editoras nunca conseguiram até hoje criar um mecanismo, um processo qualquer, que as possa unir nesse sentido. Está a haver novamente agora, em Lisboa, pessoas, algumas delas nossas amigas, que estão a procurar organizar um processo dessa natureza. Nós fomos contactados e aceitamos colaborar, mas não é fácil, e isso faz muita falta em Portugal. Há uma associação portuguesa de editores e livreiros, não é, mas que só representa os grandes...as grandes empresas [em referência à APEL - Associação Portuguesa de Editores e Livreiros]. Não representa os pequenos.

Observação: Algumas perguntas foram feitas via e-mail, posteriormente à entrevista, tendo em conta a disponibilidade do entrevistado. São elas:

10/11/2020

Onde as atividades são realizadas (escritório próprio, em casa, em uma livraria, em outra empresa, em espaços de *coworking*, etc.)?

As actividades da editora são realizadas em casa (a partir de dia 12 [de novembro de 2020] também na livraria que a Companhia vai abrir).

Utilizam o termo "independente" em seus canais de divulgação?

O termo "independente" consta do nosso "manifesto" e usamo-lo com alguma frequência.

04/12/2020

Qual diria ser a média de livros publicados ao ano? Disseste que já publicaram mais de 200 títulos, coisa entre 208 e 210, certo? E qual a tiragem média das impressões?

Entre 2012 e 2020, publicamos 212 títulos diferentes, o que dá uma média de 23 títulos/ano. Não temos contas feitas para a tiragem média...mas arrisco 300 exemplares.

ANEXO 10

Sofia Gonçalves - Dois Dias Edições (Portugal)

Data:

10/11/2020

Duração total: 44min

Via: Zoom

Gravação em formato de vídeo e áudio

Poderia começar por fazer um breve histórico da editora e uma descrição das pessoas que nela trabalham?

Pronto, a Dois Dias surgiu em 2011 e surge de uma forma muito intuitiva, ou seja, através de um impulso, não é, do encontro de duas pessoas, eu e o Rui Almeida Paiva, que partilhávamos, ainda que de uma forma distinta, e complementar, acho eu, um interesse muito grande pela publicação, pelo livro, eu mais pela via da ligação da publicação com as artes visuais, com as artes plásticas, com o design, e o Rui pela ligação com a literatura. E, pronto, e a partir desse interesse em comum nós começamos por carolice... publicação a publicação, não houve propriamente um impulso de criação de uma estrutura muito oficial, por exemplo, eu lembro-me que quando recebi o e mail da Jéssica falava da empresa e foi logo uma das coisas que, pronto, de fato a Dois Dias não é uma empresa e, portanto, fomos seguindo assim, passo a passo, publicação a publicação. Interessava-me muito, por exemplo, eu sou professora, nas Belas Artes de Lisboa em Design e Comunicação, e uma das minhas áreas de investigação foi, de fato, as ligações que o design tem com a edição. 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 fase muito específica, não é, quando os conteúdos estão normalmente fechados, editados, e precisam de ganhar uma forma e, depois, deixa também o livro numa fase muito específica, que é exatamente quando ele sai da gráfica e entra nos circuitos de circulação, comunicação, disseminação, etc. Interessava-me, cá está, poder ter a oportunidade de conseguir perceber este ciclo editorial, o ciclo editorial, do princípio até o fim. E ter que lidar com circunstâncias que, normalmente, enquanto designer, não tinha a oportunidade de fazer. No caso do Rui, eu penso que foi o grande amor aos livros genericamente, ele é um leitor compulsivo, e o prazer de editar, pronto, de alguma forma estava ali também implícito. Ele depois também fez um mestrado. Mas, basicamente, sim, depois tem muitas ligações ao universo da edição. E portanto também

consolidou ali uma parte do interesse a partir da investigação e, pronto, foi isso. Portanto, em termos de histórico é um pouco isso, passo a passo, publicação a publicação, desde 2011.

Quantas pessoas no total trabalham para a editora?

Duas. Deixa eu só fazer aqui um parênteses, só nós os dois, quer dizer, depois obviamente temos sempre a colaboração de...dos autores que trabalham conosco. Normalmente, como temos uma relação muito especial com os autores vivos, eles acabam por trabalhar mais do que apenas entregar-nos os conteúdos, não é. Portanto, quando eu digo dois, é sempre uma forma de dizer. A estrutura base somos dois, mas os autores, as pessoas com quem temos de lidar, por exemplo, para fazer as traduções, isso são tudo obviamente funções que se acumulam e que eu acho que de alguma forma também criam a Dois Dias.

Vocês então contratam *freelancers*, por exemplo, para tradução, revisão?

Sim, trabalhamos projeto a projeto, normalmente. Tentamos encontrar, por exemplo, na tradução tentamos encontrar o tradutor que em certa medida já tem um entendimento do autor que nós queremos publicar, por exemplo, com traduções prévias, ou então por referência de alguém, não é, mas sim é um trabalho pode-se dizer de *freelancer*. Ou seja, projeto a projeto.

Até hoje, quantos livros vocês já publicaram ou estão em catálogo, por exemplo? Saberia dizer?

Assim de cor não, se eu abrir o site consigo te dizer. Tenho ideia que são 15...mais coisa menos coisa, só que...bom, a ideia da editora também não é apenas ter por resultado livros. Essencialmente, sim, o resultado da editora são livros, mas nós temos sido convidados, por exemplo, para fazer um conjunto de ações que continuamos a considerar que têm um vínculo editorial, mas são ações que não resultam em livros, não é, por exemplo exposições, ou algumas conferências que têm um caráter um bocadinho mais performativo, tudo isso nós consideramos como sendo parte do trabalho da editora também. Mas em termos de livros, que é assim o mais ortodoxo e convencional, 18.

Então uma média de um a dois livros por ano?

Sim.

E Sofia como definiria o nicho, ou os gêneros literários, gêneros dos livros que vocês publicam?

São sempre autores que desafiam as categorias em que se inserem. Ou seja, se são escritores de literatura, desafiam os princípios da literatura, de alguma forma, temos alguma tendência para publicar autores que não...que são polímatas, ou seja, que cruzam muitas áreas de atuação. Portanto, no caso do livro que se editou, o resultado foi o livro, mas são autores que também podem ser ilustradores, artistas plásticos, dramaturgos, enfim, uma miríade de outras hipóteses, então, que cruzam muitas áreas, não se conseguem também circunscrever a determinadas categorias. E são autores que, se não tiveram essa atuação direta em várias áreas, pelo menos exerceram influência em setores que transcendem o comum leitor de literatura, por exemplo. Ou seja, autores que influenciam muito determinados artistas e a sua obra, enfim, estamos sempre à procura de autores que sejam pontos de encontro e de divergência para outras áreas. Tendencialmente, não quer dizer que não aconteça de outro modo, quer dizer, há autores que praticaram a literatura, ponto, e praticaram muito bem e também foram editados por nós, mas de alguma forma são esses os nossos primeiros impulsos, encontrar essa tipologia de autores que são, se calhar, um pouco mais difíceis de categorizar.

E como vocês chegam a esses autores?

Como é que chegamos...de várias formas, uma, pelos nossos próprios interesses pessoais, porque realmente também a maioria dos livros que editamos, pronto, como tu disseste, é mínima e, portanto muitas vezes partem dos nossos interesses pessoais. Outras vezes, parte da comunidade que cada editora vai construindo, acho que essa é das coisas mais bonitas de editar, é que inevitavelmente nós vamos construindo uma comunidade, não é, dos autores que já editamos para trás, ou dos leitores, ou até dos livreiros. E, muitas vezes, vêm de sugestões de algumas destas figuras. E, depois, nós lemos, obviamente, percebemos se estamos motivados, ou não. A vantagem de editar muito pouco é podermos ter a certeza que temos o tempo para selecionar exatamente os livros que queremos editar. E é isso, é um pouco isso. Interesses pessoais nossos e das pessoas com quem nós nos vamos cruzando a partir da nossa prática editorial.

Comentaste que trabalhas como professora, também, e o seu sócio, Rui, ele também tem outra atividade e a editora seria essa atividade secundária, vamos dizer assim, financeiramente?

Para ambos, é uma atividade secundária. E o Rui também é professor. Neste caso, é professor do segundo e do terceiro ciclo, mas é professor, portanto, é como disseste, é uma atividade secundária, e é isso que nos permite também ter muita liberdade nas escolhas e na forma como vamos construindo isso.

Então, lá no início, comentaste que, bom, não é uma empresa. Então como definirias a editora, seria um *hobby*?

Hm...Quer dizer, talvez, não sei. Talvez seja um *hobby*. Acho que é...é um impulso, que não se consegue negar. Pronto, se calhar, é assim uma coisa um bocado mais lírica. Mas é uma vontade muito grande de construir qualquer coisa. Não sei se é um...se calhar estou a colocar um lado muito...menos simpático na palavra *hobby*, se calhar é um *hobby* sim.

É curioso, porque que eu já ouvi outros editores a falarem que é um impulso, que é algo que surge...que é uma vontade. Bem curioso.

Sim, acho que é uma vontade de participar nisto de alguma forma.

E, Sofia, falando na questão de editar com liberdade, enfim. O que definirias como uma editora independente? E consideras a Dois Dias uma editora independente?

Hm...É um termo difícil, não é. Eu acho que tu já deves ter se deparado com isso em muitas respostas e também na tua própria investigação. É um termo difícil. Eu não...não é o termo que eu acho que melhor define aquilo que nós gostamos de entender como sendo a Dois Dias, por exemplo. Mas é uma coisa em que eu também já me debrucei muito, para tentar perceber que termo, então, é que possa ser mais adequado. Eu, particularmente...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. E, claro, quer dizer, inevitavelmente este tipo de produção situa-se num lugar que é mais livre de alguns...não estou aqui a colocar nenhuma carga moral, não é, ou seja, não é melhor ser independente, ou ser dependente, só estou a tentar caracterizar um pouco esta prática. Precisamente, por algumas das circunstâncias que tu estás a abordar, não é, de serem atividades secundárias, de ser uma produção muito circunscrita, obviamente que esta produção não fica marcada por uma série de compromissos que a obrigam a tornar-se maior, que a obrigam a responsabilizar-se por uma série de outras coisas. E, também, se calhar, a abrir mão, eventualmente, de um rumo...sem compromissos, acho que é assim a palavra certa. Mais

uma vez, não há nenhuma carga moral nisto. Mas, eu lembro-me quando nós tentamos fazer o textinho da Dois Dias, nós não colocamos, e foi uma altura em que começou a surgir muitas edições e muitas editoras ditas independentes em Portugal. Nós não incluímos esse termo e incluímos um outro, que é dissidente. E houve já muitas pessoas que nos perguntaram por que dissidente e...em certa medida porque me parece que, acima de tudo, mais do que a questão da independência, está aqui em causa a questão de tu rumares numa mesma direção ou encontrares outras formas de fazer e de pensar. E a palavra dissidente é política, não é, tem uma carga política que a palavra, se calhar, independente, não tem. E obriga-te a pensar no que estás a fazer, não como sendo melhor ou pior, mas como sendo, pelo menos, em contramão, em contracorrente, e preferimos esse termo, por exemplo. Depois, a determinada altura, encontrei também um termo que eu acho muito...que nos...que de alguma forma ajuda a definir também um pouco aquilo que vamos fazendo, sem às vezes pensar muito nisso, obviamente, que é o termo "tornar-se menor", não é. Toda a filosofia do Deleuze [Gilles Deleuze] e do Guattari [Félix Guattari], que define exatamente esta vontade de se tornar 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.

Outra questão...a Sofia já falou um pouco sobre isso do por que editar, mas como tu responderias a essa pergunta do por que abrir uma editora?

Eu acho...por que abrir uma editora? Pronto, sim, acho que já respondi uma parte a essa questão, não é, quando falei na importância de expandir um bocadinho mais o meu conhecimento interno sobre as implicações da edição. No fundo, essa foi uma motivação muito pessoal. Agora, genericamente, eu acho que se pensam nestes tipos de projetos para colmatar algumas lacunas na produção editorial mais *mainstream*, mais uma vez não estou a colocar carga nenhuma moral. É normal que estruturas maiores tenham que se comprometer com níveis mínimos, por exemplo, de vendas, não é. É normal. Têm um conjunto de responsabilidades às quais não podem fugir. Por isso, muitos autores que são mais arriscados [para as grandes editoras publicarem], a esse nível...[de preocupação em relação a] quantos exemplares é que podem vender, acabam por ser postos à margem. E eu acho que uma das intenções desta tipologia de produção é exatamente ir 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, não é, nos autores...em particular em Portugal, é muito difícil um autor que nunca publicou ser publicado nas editoras mais *mainstream*. Precisamente por isso, não é, é um projeto mais arriscado. As editoras nunca podem ter ali uma outra perspectiva de vendas e vão arriscando, de quando em vez, mas é muito diminuto. Eu acho que estas editoras também têm esse papel de poder arriscar um pouco mais na produção do presente, não é, no que os autores do presente têm a dizer e a fazer. Portanto, acho que é isso, há uma motivação pessoal e há também uma motivação que eu acho que é genérica e não sei se a Dois Dias cumpre com tudo isso, mas acredito que a produção editorial independente cumpra isto, sim. Tente cumprir isto, tente, pronto, no fundo é mais isso.

E eu queria entender um pouco da parte mais prática, em relação à cadeia do livro. Como vocês fazem a distribuição e a divulgação dos livros?

Pois, quer dizer, tendo uma estrutura tão pequena, alguma coisa também não funciona sempre muito bem. A distribuição dos livros somos nós que fazemos, precisamente porque é impossível ter sustentabilidade no projeto se nós colocamos o serviço de uma distribuidora em cima do preço do livro, não é, uma distribuidora por vezes fica com 60% do valor de venda ao público do livro e, portanto, isto implicaria que nós, de fato, se calhar, nem um livro conseguíssemos produzir por ano. A nossa estratégia é sempre muito simples: nós, com os livros que vendemos, com o acervo bibliográfico que temos, a partir do momento em que financeiramente podemos investir no outro, investimos. Portanto, não há aqui noção de lucro. E eu só estou a dizer isso para poder explicar exatamente por que que assumimos que a distribuição é feita por nós, porque era preferível que ela fosse feita, se calhar, por profissionais, não me incomodava isso. A questão é que é impossível fazê-lo dessa forma. E, portanto, para manter este esquema muito simples, não é, muito linear, que é a venda dos livros permite a produção dos seguintes, nós não podemos ter a distribuição profissional, entre outras coisas que poderiam ser delegadas, entre outras tarefas da cadeia do livro que podiam ser delegadas. Portanto, trazemo-las quase sempre para nós. E, portanto, a distribuição de livros somos nós que as fazemos, é um processo que tem vindo a ser cumulativo, não é, começamos com determinados contatos, depois, ou aparecem novas livrarias, ou nos falam de novas livrarias, online também se vai vendendo online, também se faz essa distribuição dessa forma e, no fundo, é isto, é um

processo cumulativo, de experiência cumulativa. Começa-se com uma lista de livrarias possíveis e vai-se adicionando outras. Depois, algumas livrarias fecham e aparecem outras e vamos distribuindo, ou seja, temos um contato direto com as livrarias e às vezes com os nossos leitores a partir das vendas online.

E vocês trabalham com todas as livrarias, desde as grandes redes até as menores?

Sim, sim. Sim, não temos qualquer espécie de preconceito a esse nível. Quer dizer, sabemos quais são as relações...a relação editor-livreiro é uma relação muito especial, eu gosto muito de a prezar, sabemos como em tudo na vida quais são as relações mais prazerosas, não...obviamente que não há muito espaço para haver uma relação mais próxima com uma grande livraria, com uma grande cadeia livreira, não é. Mas se o nosso interesse é fazer com que os livros cheguem aos leitores, não temos preconceito nenhum em colocá-los nas livrarias que queiram os nossos livros. Lembro-me que, no início, nós contactamos todas as livrarias e houve algumas destas cadeiras maiores que não tiveram disponibilidade para sequer ver o que estávamos a fazer, e eu confesso que depois nós também não temos disponibilidade para voltar lá e algumas delas até nos pediram para ter lá os livros e...não...são coisas que não apetecem, pronto. E, portanto, acaba por se fazer essa triagem dessa forma. Mas, no fundo, não é preconceito nenhum em termos de escala da estrutura livreira. Sabemos que as relações mais interessantes e mais importantes não são normalmente com essas grandes cadeias, mas elas cumprem outra função, não é um problema. Conseguem chegar ao leitor.

Esqueci de perguntar em qual cidade vocês trabalham.

Lisboa.

E vocês conseguem distribuir para o restante do país? Ou fica mais focado localmente?

Não, não, para todo o país. Quer dizer, utilizamos os correios, que ainda têm aquela taxa simpática para livros e, portanto, é essa normalmente a cadeia de distribuição acessória. E, às vezes, quando vamos, por exemplo...se formos a um sítio em particular, por outros motivos, se é preciso repor alguma coisa, e nós próprios levamos os livros, arranjam estas estratégias. Mas, acima de tudo, a infraestrutura são os correios para poder distribuir.

Sim...então vendem muito pelo próprio site?

Ahn, não, não digo que vendemos muito.

Não muito...

Sim, mas a partir do site fazemos a distribuição internacional, por exemplo, também temos tido alguma.

Em relação ao marketing ou à divulgação, por exemplo, quais canais vocês utilizam para isso?

Aqueles que felizmente agora surgem, não é. Ou seja, redes sociais, essencialmente é isso. Não...cá está, como temos uma estrutura muito pequena, há sempre coisas que estão por fazer. Eu acho que a questão da comunicação é, de todas, é o nosso tendão de Aquiles. Nós não temos muito tempo para isso. E, portanto, vai se fazendo o que se consegue fazer e, acima de tudo, muito a partir das redes sociais.

Ah, Sofia, eu queria saber uma média...quantos livros vocês imprimem? Qual seria a tiragem de um livro?

Tiragem...300 a 500, normalmente.

É uma boa tiragem...

Sim, para este tipo de produção, acho que sim. Temos um ou outro caso, mas no início do projeto, em que eram 100. Mas são livros de produção também um pouco mais manual, em risografia e, pronto, e como implicava essa produção manual, nós tínhamos que fazer tiragens mais pequenas. Mas, são só dois livros nestas circunstâncias, depois...300 ou 500.

E onde vocês costumam trabalhar? Cada um da sua casa? Eu imagino que não tenham um escritório específico da editora.

É, em casa.

Muitas editoras trabalham de casa, mesmo, isso é bem curioso.

Claro, quer dizer...não tem uma sustentabilidade do projeto, não é. É normal.

E, Sofia, essa é uma pergunta que eu estou a fazer, mas não se preocupe em dar uma resposta "correta", digamos assim. Porque um termo com o qual me deparei muito na pesquisa foi bibliodiversidade. Então, o que percebe por esse termo?

Ahn... exatamente a possibilidade de nós construirmos uma cultura do livro a partir de pontos de vista distintos, ou seja, voltamos ao mesmo, os autores consagrados com os autores à margem. Só para falar dos extremos, não é, depois existem todo...um conjunto de dissidentes pelo meio. Permitir que este tipo de produção, de autores consagrados, e autores à margem, coexista. No fundo, acho que é isso que eu entendo por bibliodiversidade.

E...

Depois, também existe a diversidade nos leitores, obviamente, uma coisa leva à outra.

Uma outra questão que eu gostaria de entender e comparar...porque eu esqueci de comentar que estou a comparar Brasil e Portugal também. Então entrevistei alguns editores de lá e outros daqui.

Isso é muito interessante.

Pois, existem algumas práticas diferentes, pequenas coisas que eu acho que são mais culturais, mas outras são basicamente as mesmas...E, por acaso, vocês fazem parcerias com outras editoras, vamos dizer, com ideias semelhantes ou do mesmo porte?

Aham...Não excluimos essa hipótese, fizemos um livro nessas condições, embora não fosse propriamente uma editora, era um projeto editorial que uma escritora portuguesa, a Joana Bértholo, estava a iniciar. Que se chamava "Amor Livro" e fizemos um livro em parceria com a "Amor Livro", mas foi caso único, mas, cá está, por circunstância, não nos incomoda pensar essa ideia, de todo.

E vocês participam de Feiras do Livro? Pronto, agora esse ano tudo mudou, mas das feiras tradicionais mesmo?

Sim...normalmente, é estranho porque isso também tem a ver só com circunstâncias. Nós nunca participamos em feiras mais ligados a essa produção, por assim classificar, independente. Não participamos diretamente, participávamos sendo representados por outros, porque realmente, cá está, sendo uma atividade secundária às vezes é difícil de conseguir conciliar estas frentes de batalha todas. E, portanto, normalmente, estávamos sempre em representação. Portanto, participamos, mas não diretamente, não estamos lá. Mas, este ano, estivemos presentes na Feira do Livro de Lisboa, por exemplo, com um

pavilhão que representava três editoras. Mas tivemos lá diretamente, portanto, tivemos ligação direta ao público, por assim dizer. E isso foi uma experiência muito positiva, porque a Feira do Livro aqui em Lisboa é muito mais, em certa medida, elitista, não é, ou seja, ela está muito mais vocacionada para a representação editorial *mainstream*, porque os valores de participação são muito elevados. Por exemplo, desde logo o aluguel de um daqueles pavilhões. Então, a solução que se encontrou foi "trividir", não é, dividir por três, esses custos, por três editoras, mais ou menos com a mesma escala, e acho que funcionou bastante bem, foi uma experiência interessante. Portanto, passamos...nunca participamos em feiras mais pequenas e passamos para a feira maior do país. Foi...também, foi um pouco por curiosidade, para tentar perceber exatamente como é que...como é que se consegue conviver com outros tipos de lógicas, e acho que correu bastante bem.

Então esse ano foi o primeiro ano a participar de uma feira.

Sim, sim. É como eu digo, nós participar, participamos sempre, mas foi por via indireta, não é, por isso é normal, por exemplo, encontrar, em muitas feiras independentes, participação da Dois Dias, porque cá está, alguém levava os nossos livros, por exemplo, determinados livreiros ou até editoras amigas não é.

Ah claro, porque tem os livreiros que participam de feiras e levam os livros.

Exato. Então estou a falar de participação direta, porque acho que participação indireta já fazemos há muito tempo.

Entendi. E vocês têm alguma forma de comunicação direta com o leitor? Como recebem esse retorno dos leitores?

Ahn...há várias formas, não é, uma delas obviamente são as redes sociais, os emails. Depois, em termos de contato direto, 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 produzimos é uma festa. E, então, nos lançamentos fazemos sempre questão de criar um momento particular de celebração daquele livro, tentamos pensar sempre a ideia de lançamento com outro tipo de perspectivas e vamos experimentando várias hipóteses. E, nessas alturas, também temos muito contato direto com o público leitor, mas isso sempre à nossa escala, não é, quer dizer, uma palavra de apreço, uma palavra de um leitor mais atento, quer dizer, vale por muito, não é, o que quero dizer é

que nós não temos assim tanto *feedback*, mas o que temos, tem-nos permitido saber que sim, que, de alguma forma, o trabalho tem chegado lá, tem sido relevante, de alguma forma, ao leitor. Mas é isso, redes sociais, momentos públicos, de apresentação de projeto ou lançamentos, ou conversas, também somos normalmente convidados para algumas conversas, para falar exatamente desta tipologia de produção ou da editora, estes tipos de momentos públicos também, normalmente, trazem sempre essa possibilidade.

E vocês teriam alguma ideia de qual o perfil do leitor da editora ou seria um perfil mais variado?

Eu acho que são pessoas que amam os livros e que, obviamente, procuram uma tipologia de produção de conteúdos mais à margem, mas...mas não sei assim também definir, acho que não, e acho que isso é bom, também não ter essa imagem muito fixa do leitor.

E, bom, eu sei que não seria essa a proposta da editora, mas como vocês se enxergariam dentro do mercado português, qual seria o diferencial da Dois Dias no mercado português?

Ahn...talvez tentar perceber exatamente a produção editorial como um todo. Não descartar nenhum dos seus momentos como uma possibilidade de intervenção editorial, por exemplo, estava a falar dos lançamentos como um desses exemplos, não é, chegar num lançamento e não pensá-lo como, "ok, isto é um momento de vendas". Também é. Mas pensá-lo como uma outra ação e uma outra intervenção editorial, que ajuda também a...quase a reeditar o objeto que já está ali, entre mãos, por exemplo, pensar todos os momentos do processo editorial como edição. E, naturalmente, haver um cuidado, uma tentativa de integrar a forma com o conteúdo. Ou seja, a materialização do livro é uma coisa importante, também é um componente editorial, não é só a pele do livro, é também uma forma de edição. Acho que são essas duas coisas. Que nós temos de uma forma mais consciente, não é, não quer dizer que elas depois sejam visíveis, ou que não possam existir outras, mas de uma forma mais consciente acho que é isso.

E só para eu entender um pouco, para visualizar, se vocês têm um livro para editar esse ano, quem faz o quê? Trabalhas mais com o design? Ou todo mundo...os dois...trabalham em todos os processos?

Não, há coisas que, obviamente, cada um de nós tem um lugar um pouco mais específico. Mas, tendencialmente, cada projeto é um início, é um reinício de distribuição das tarefas,

mas genericamente fazemos todos um bocadinho de tudo. A parte do design é realmente mais desenvolvida por mim, mas sempre com a colaboração e a crítica, o comentário e a leitura crítica do Rui. Mas nós tentamos, quase sempre, participar, os dois, em quase todas as tarefas, seja de edição, de revisão, de contato com os autores, de contato com os detentores dos direitos, quando é o caso, de contato com os tradutores, até depois chegarmos aos processos de...os processos de design e de impressão estão mais do meu lado, de fato, e, depois, quando voltamos ao lado da distribuição também voltamos a tentar encontrar distribuição de tarefas. Então, não é muito estruturado, na realidade, Jéssica, a esse nível não...

É por projeto, mesmo?

É por projeto, exatamente. Há projetos em que será mais o Rui que faz a edição, outros sou mais eu. É isso. É muito anarca [risos].

Olha, conseguimos ser bem rápidas e cobrir todas as pergunta em um tempo curto.

Ótimo, espero que seja útil!

Com certeza, foi bastante útil. Não sei se tem mais alguma coisa que gostaria de acrescentar, de salientar, que acha relevante?

Sim, por exemplo, quando tu falaste das coisas que, se calhar, nos caracterizam, esqueci-me de dizer isto no início, só para reforçar. É, também entender que a produção editorial pode não se restringir ao livro, pronto, e, portanto, há um conjunto de ações que são mais públicas, interventivas, sei lá, e criam outro tipo de cruzamentos e que nós também entendemos como edição.

Por exemplo?

Por exemplo, as tais conferências mais performativas ou determinadas exposições, residências, também já fizemos residências, que normalmente são consideradas artísticas, mas como eles...como são convidados editores, nós fazemos... a nossa atividade artística é a edição e, portanto, desenvolvemo-la desta forma. Portanto, toda esta tipologia de ações que, às vezes, cá está, se calhar, são mais comuns nas artes plásticas, nós trazemos também para a edição por via, se calhar, também, destes interesses mais plurais e deste cruzamento entre literatura e arte. E, no nosso entender, isso também é edição. Não resulta num livro, mas os processos são muito semelhantes e, portanto, nós consideramos como

edição. Arranjamos sempre maneira de fazer convergir esses processos, que são normalmente colocados em caixinhas e...e que nós tentamos explorar outras hipóteses, não é mesmo, e isso implica, também, quer dizer, não quer dizer que isto...acho que este é um assunto debatível, não é. Alguém como tu tem todo o direito de dizer assim "não, mas isso não é edição". E nós também temos que considerar esse debate, mas é esse o debate que se quer instalar, pronto.

Mas é curioso porque o produto final não é o livro, mas o processo é o mesmo da edição, vamos dizer assim. O processo artístico ou do trabalho.

Sim, são muito próximos, sim.

ANEXO 11

Tomaz Adour – Liga Brasileira de Editoras (LIBRE)

Data: 08/07/2020

Duração total: 1h 01min

Via: Zoom

Gravação em formato de vídeo

Bom, vamos então definir o que é independente.

Boa!

Não sei se você tem uma definição aí?

Não.

É uma definição, em geral, a gente classifica como editoras independentes as que são editoras pequenas e médias que não estão ligadas a nenhum conglomerado ou grupo grande, internacional ou nacional. Mas tem editores gigantes aqui que se consideram independentes. Por exemplo, a Sextante se considera uma editora independente, que era um negócio de família que cresceu e hoje é a maior editora do país de ficção. Então dos 30 livros mais vendidos, dos 50 mais vendidos, 30 são dela, hoje, praticamente. Eles compraram parte da Intrínseca, então a Intrínseca faz parte do grupo deles. Com independente, pela visão da LIBRE, é não só o pequeno, médio e micro editor que busca publicar a bibliodiversidade, então, tudo que aos grandes não interessa, a gente não tá na busca do best-seller. Óbvio que se a gente tiver um best-seller eu vou ficar muito feliz e vou querer ganhar esse dinheiro, a gente não tá fugindo de dinheiro, apenas a gente não foca como as grandes editoras em publicar tudo o que já deu certo lá fora, a lista do *The New York Times*, entendeu? O que vai vender, vão pra Frankfurt e compram todos os livros, dos Estados Unidos, Inglaterra, França, Alemanha, Portugal e vão vender aqui. Portugal agora não tem tanto autor que venda aqui depois que Saramago foi embora, apesar de ter publicado um autor daí que eu adoro que é o José Rodrigues dos Santos, não sei se você conhece?

Sim, sim. Não sei se tu já ouviu falar do João Tordo também? É bem famoso por aqui.

Não, não conhecia.

Muito bom. João Tordo.

Esse é o problema desses autores não fazerem sucesso no Brasil, eu queria publicar toda a obra do José Rodrigues aqui que é muito boa e aí eu sei que ele vende 100, 200 mil exemplares de cada título. Só que eles publicam aqui, quem publica é a Record, que é uma editora gigante, e publica com o português de Portugal e isso tem uma restrição enorme no Brasil.

Sim...

Ninguém quer ler em português de Portugal. Teve essa restrição com Saramago, mas ninguém editou o Saramago. Mas os outros de ficção, ficção, digamos, best-seller, livro rápido, literatura de entretenimento, tinha que fazer o português daqui. Ninguém sabe o que é autocarro, sabe, essas coisas todas. O pessoal quer que traduza. Ninguém vai chamar celular... Como é? Telemóvel?

Telemóvel, exato. O trem de comboio.

Oi?

O trem é o comboio.

Comboio. Então isso faz a ficção portuguesa não dar certo aqui.

Sim, e aí tem que adaptar tudo.

E aí eles têm esse mesmo problema do brasileiro publicado em Portugal.

É, eu acho que o contrário também é válido, sim. E eu entendo que é o mesmo problema que muitos brasileiros têm, desse choque, e não se identificam tanto, né? Agora tem o outro também, né, porque Portugal não adotou a mudança ortográfica, então vejo que eles continuam escrevendo umas coisas como eram antes e não mudaram.

É, tem ainda algumas resistências. Em tese, é para ter adotado, assim, mas a gente ainda vê muitas notícias e cada uma escrita de um jeito.

Exatamente.

Então, depende muito.

A LIBRE começou há 20 anos. Na verdade, a feira dela que é a Primavera Literária, começou há 20 anos, a LIBRE começou no ano seguinte, em 2001, quando alguns editores se organizaram para fazer uma associação. E o objetivo era realmente buscar espaço para o editor independente e pequeno. Porque na livraria a gente não tem espaço. Se a gente faz um lançamento, o livro tá na livraria, e ótimo, e acaba o lançamento eles ficam com três exemplares, cinco exemplares e acabou. A gente não tem vitrine, só no dia da livraria. Então a gente criou essa feira dos independentes e essa feira é um sucesso. Hoje chegou a ter 100 estandes, ela acontece toda, como é Primavera Literária, normalmente ela acontece em outubro, novembro aqui no Brasil, às vezes já foi em dezembro, por atraso de agenda do local, que era o Museu da República. Esse ano a gente tá tentando organizar, eu acho que não vai ter. Seria o vigésimo ano para comemorar, mas se continuar esse país... não vai ter...

E é no Rio de Janeiro? Ou São Paulo?

Rio de Janeiro. A Primavera Literária principal é no Rio de Janeiro, mas tem em São Paulo, Minas e já teve em Salvador também. Esse ano ia ter em São Paulo, já tava tudo reservado e ia ser no Centro Cultural São Paulo em agosto, ou seja, daqui a um mês, acabou, não vai ter. E em Belo Horizonte, que ia ser esse ano, a gente nem tinha agendado a data e já jogou para o ano que vem também. Então, normalmente, tem essas três. Belo Horizonte tem tido todo ano nos últimos 5 anos. São Paulo teve uma intermitência: teve ano que não teve, pulou, mas ia ter de novo esse ano, eu ia assumir a presidência esse ano...

E no Rio tem todo ano?

O Rio tem todo ano, nunca falhou.

Entendi, já há 20 anos?

Todo ano, é. Teve um ano que ela foi na Casa França Brasil porque o Museu da República tava em obras, mas continua sendo porque é um lugar que o pessoal gosta, é um lugar lindo, que dá pra botar 80, 100 estandes, mais palco, circo, para as crianças brincarem, então tem palestra, tem tudo, então é um lugar muito legal e isso tem dado muita visibilidade pra gente, o que reduziu a visibilidade...

Então, desculpa interromper, mas eu não entendi só uma coisa: tu é de alguma editora específica?

Eu sou da Editora Vermelho Marinho.

Ah, Vermelho Marinho. Tá, desculpa, eu me esqueci de te perguntar antes.

Eu não tô há 20 anos nela, não, mas eu participo das feiras, eu participei das feiras para testar, para ver se funcionava essa coisa das feiras independentes. Eu participei por uns dois ou três anos, depois que eu me associei à LIBRE, já tem mais de 10 anos. E sempre fui, praticamente, desde o começo da diretoria porque como é trabalho voluntário, ninguém quer ajudar, eu queria ajudar, entender, aprender. Eu disse que nunca ia ser presidente, eu virei esse ano, porque numa janela de trabalho, porque daqui a dois anos minha mulher deve ir para Portugal fazer o doutorado e talvez eu também, e falei “gente, pra eu ser presidente da LIBRE ou é agora ou é nunca mais, depois vou para Portugal e, se Deus quiser, eu não volto”.

[risos]

Entendeu? Se o país continuar assim, eu não quero voltar, não. Então é isso, então a minha editora é especializada em autor nacional. Acho que como quase todas da LIBRE, eu diria que 90% da publicação delas é de autores brasileiros, então isso também é um diferencial dos independentes. Eles não publicam muita literatura estrangeira. Não quer dizer que não publicam, então eu tenho um selo só de tradução, eu tenho um selo clássico, e nesse selo de obras clássicas eu já lancei 50 obras brasileiras, algumas portuguesas e eu comecei a lançar os clássicos de outros países, mas eu busco clássico que nunca foi lançado aqui. Então, por exemplo, eu lancei uma coleção de “O Mágico de Oz”, são 14 livros, no Brasil só tinha lançado até o 3, eu já lancei 1, 2, 3, 4, são 14, eu tô traduzindo todos para lançar aqui. Então as obras têm um apelo, claro, que eu investi numa tradução, é muito dinheiro, então você tem que ter pelo menos o retorno de uma edição de 1000 exemplares para bancar isso, não adianta escolher um clássico obscuro. Mas eu também publico clássicos obscuros, porque o Bruno, meu sócio em São Paulo, que cuida disso, ele é da USP, então tem muitos autores da USP que traduziram obras por conta própria pros seus trabalhos de doutorado e aí eles ficam com aquilo parado, não têm como publicar. Eu vou lançar agora mês que vem “Atala”, do Chateaubriand, um clássico do século XIX, que se passa, a história, no século XVIII, e nunca foi lançado no Brasil.

E, Tomaz, qual é a tua formação?

Enorme! [risos] Eu fiz Economia, Administração, Direito, mas Direito eu parei no meio porque eu tinha que acabar o mestrado, que eu fiz mestrado em Marketing e Finanças, e há dois anos atrás eu me formei em História na UFF, na Federal Fluminense, que é considerada a melhor do Brasil, eu me formei em História também. E o doutorado eu tô enrolando há uns 20 anos.

Eu pergunto porque a maioria dos editores, assim, vêm ou do Jornalismo, ou da Letras, e é curioso que é um editor que de fato vem das áreas mais de Marketing, Administração, Economia, então é interessante.

Na verdade, eu entendo essa estranheza, mas ela não é uma estranheza porque meu pai e meu avô foram jornalistas e eles disseram “não faça jornalismo, pelo amor de Deus, porque você vai morrer pobre”.

[risos] Eu fiz jornalismo! Eu sei como é!

Editor faz voto de pobreza também, entendeu? Vender livro no Brasil não é fácil. Meu irmão mais velho fez jornalismo e também desistiu da área, aqui no Brasil é muito complicado. Mas tem muito jornalista mesmo e tem muito historiador dono de editora. E eu virei historiador depois, mas se você pegar a Pallas, a Contra Capa, são todos historiadores, o Haroldo também da Alameda, tudo historiador que virou editor. O que é busca de conteúdo, o historiador lê muito, acho que lê mais até que o pessoal da Letras.

Eu queria te perguntar algumas questões que talvez sejam um pouco óbvias, mas para fins de pesquisa mesmo. Eu queria entender o porquê de ser um editor, por que trabalhar com edição?

Por que trabalhar com edição? Bom, posso dizer a minha opinião, no meu caso. Como eu fiz Economia e Administração, o caminho básico de um economista era ou trabalhar num banco, banco de investimento, que eu passei, e fiquei uma semana, achei um saco e não quis, ou numa multinacional, que eu também trabalhei dois anos, na Xerox, ou então no BNDES, ou uma coisa dessas mais do governo. São esses os caminhos do economista. Só que por ter trabalhado na Xerox e por ter um pai escritor, um avô escritor, minha vida sempre foi voltada para os livros. A biblioteca do meu avô foi doada para o Estado do Rio Grande do Norte, eram mais de 20 mil livros. E na Xerox eu saí de lá em 1993, mas um grande amigo ficou lá, e em 1998 eu montei a primeira editora virtual do Brasil, chamada Papel Virtual Editora. Essa editora foi com base nos meus estudos do mestrado

que, apesar de eu ter feito mestrado em Marketing e Finanças, a minha dissertação de mestrado foi *Mercado Editorial Brasileiro sobre o ponto de vista do autor novo: dificuldades, alternativas e barreiras de publicação*. Então, eu já estudava o mercado editorial. Na minha monografia de Administração foi sobre o mercado editorial, entrei no mestrado sempre querendo falar de mercado editorial pela minha experiência de família. Disso, em 98, quando eu defendi a tese, a dissertação, na PUC do Rio, o meu orientador disse “por que você não monta uma editora virtual? Sabe, a internet tá bombando no mundo”, então eu tive essa ideia. Quando eu falei com as pessoas que eu conhecia na Xerox, a Xerox tava lançando uma máquina chamada Fábrica de Livros, que você botava o livro de um lado e saía o livro impresso de outro lado, então juntou tudo: a ideia, o Marketing, o mercado mal atendido, que 40 mil autores por ano não têm editora. Aí eu montei a Papel Virtual, e no primeiro ano em 98, 99, eu fui o editor que mais lançou livro no Brasil, lancei 300 títulos. A Record, pra você ter uma ideia, naquele ano lançou 260, eu lancei 300. E daí vai encaminhando, e como você gosta muito de livro, é lindo trabalhar editando, lançando autor novo, eu faço isso até hoje, mas não dá pra você ficar só nisso. Porque um autor no Brasil, pra ser sucesso ele vende 500 livros e 99% não vende nem isso. Então você editar um livro, gastar tempo, investimento pra lançar um livro assim não funciona. Então os autores, na maior parte do tempo, pagam suas publicações. E no muito das vezes investir meio a meio com o autor, então, vamos investir que o risco é nosso. E eu tive muito problema com autor, por isso que eu tô lançando clássicos. Eu digo, pra mim, autor bom é autor morto.

[risos]

Não atrapalha, não reclama que o livro não tá vendendo, que não tá na vitrine da livraria. Então eu adoro clássicos, primeiro porque já é uma obra comprovada, então tem interesse do mercado; e depois, eu não tô brigando com o ego dos autores que, olha, vai falar com escritor não tem nada mais egocêntrico. Todos acham que o seu livro é o melhor, eu recebo autores no escritório que falam assim: “sou seu próximo Paulo Coelho” e eu falo “adorei saber disso, toma aqui o telefone do Paulo Rocco, vai lá na Rocco que lançou o bagulho, ele vai adorar saber que você é o próximo Paulo Coelho, eu não quero saber”. Porque é um delírio, o cara nunca publicou um livro e acha que vai ser um best-seller...

Sim...

E são lançados 40 mil livros por ano no Brasil. Autores no Brasil que vivem de livro você conta em poucas mãos, não dão 50. A maioria tem um emprego paralelo, alguma outra coisa para poder sobreviver.

E na questão da associação da LIBRE, eu dei uma olhadinha e tem mais de 150 editoras associadas à LIBRE, certo?

Isso.

E como que funciona essa associação? Como vocês se reúnem ou como vocês chegam a acordos, por exemplo, que tipo de ações específicas vocês tentam fazer? Eu li no site que a ideia, bom, tem uma lista de propostas e de objetivos, e pelo que eu percebi vários deles são relacionados a melhorar o mercado editorial ou mudar certas questões do mercado que dificultam o trabalho das editoras, né? Então poderia me falar um pouquinho desse funcionamento e destes objetivos da LIBRE?

Eu vou, até se você quiser, no site tá tudo defasado, a apresentação nova da LIBRE ficou pronta sexta-feira, me cobra por e-mail que eu te mando, porque ali tem listado tudo o que faz, todas as feiras que fizeram. Então, basicamente, a LIBRE começou tentando dar visibilidade ao autor independente e estimular a bibliodiversidade no Brasil. A Primavera Literária foi a feira que atraiu a maior parte desses 100 editores até hoje, 150 editores. Que era uma feira que, mal ou bem, você vendia pouco, mas você ganhava visibilidade, mas era um pouco que justificava investimento, diferente de uma Bienal que faz com que o livro fique lá durante 10 dias naquela feira e ninguém compra, quando compram, compram pouco, ou então vai acabar que as pessoas deixam pra ir no último fim de semana que sabem que todos os editores dão desconto. Então a Bienal é um investimento caro que não compensa para o pequeno editor. E a LIBRE começou a fazer isso e a Primavera era no Rio, começou a expandir porque tinham editores de outros lugares, de Minas, de São Paulo, do Nordeste, do Sul que a gente começou a fazer outras feiras. E entre essas coisas começou a fazer outros eventos também, faz a Flip, a Festa Literária de Paraty, tem a Casa Literária da LIBRE para fazer mesas só dos editores, dos autores do grupo. A gente, por exemplo, eu quando entrei, como eu tenho essa visão de economista, eu sou um pouco menos voltado a só pra defender a bibliodiversidade, que é foco da LIBRE. Os editores dizem: “Tomaz, a gente quer dinheiro, a gente quer vender, não é que a gente queira só feira, mas a gente quer outras coisas”. Então no final do ano eu organizei uma feira com o distribuidor, junto com a Secretaria Estadual de Educação para os

editores da LIBRE participarem, tava aberta a todos as editoras e ele ofereceu pra LIBRE, e você tem que entender que da LIBRE o pessoal espera só a Primavera, só pela Primavera eles estão dentro da LIBRE. Então eu ofereci essa feira, falei: “gente, é uma verba do governo que tinha 20 milhões de reais para comprar livro, a LIBRE conseguiu um espaço, cada editor pode mandar 20 livros”, sabe quantos editores de 150 se inscreveram? 15. Os 15 que se inscreveram venderam durante esse evento R\$ 1 milhão. Então os outros não se motivam, então entrei para tentar criar eventos novos para motivar. Então muita gente: “ah, não tenho tempo, é dezembro, é fim do ano, não vou fazer”, tinha que mandar lista em 24h, dos títulos, das sinopses, por preguiça de editor preguiçoso, então eles não fizeram e perderam. Então eu tô buscando novas formas de conseguir vendas para os editores, a gente vai criar agora um evento com uma advogada ensinando os editores a colocar livros em editais do governo, para vender livro para o governo, que eles também não sabem, e que as grandes editoras vivem disso, só que os pequenos também entram, tem muitos editores da LIBRE que vendem para o governo. Então, pra você entender, uma editora pequena fatura R\$ 100 mil, R\$ 200 mil, é muito pouco. Numa venda para o governo algumas editoras ganham R\$ 1 milhão, então faz o equivalente a 5 anos dela numa venda. É claro, essas vendas acontecem a cada dois anos e não necessariamente você vai cumprir todos os requisitos para ter seu livro aprovado, então eu tô buscando novas formas do livro conseguir espaço. Por quê? Porque como a LIBRE tem muita coisa de autor nacional, o governo compra basicamente livros nacionais. Então tem por tema, hoje tá muito em voga tudo que é ligado a índio, à cultura africana, então quem tem esses livros, como a Pallas, por exemplo, que é uma editora da Cristina Warth, que já foi presidente da LIBRE várias vezes e é uma das fundadoras, tem catálogo de mais de 400 obras, ela normalmente ganha esses programas do governo. Isso do governo federal que eu tô falando. Essa feira que eu fiz no final do ano foi o governo estadual, a gente tem entrado em contato com prefeituras para fazer eventos e criar eventos nas cidades também. Agora, por incrível que pareça, a gente fez um evento da LIBRE que foi fantástico, que foi a Feira de Osasco. Não é nem São Paulo capital, é Osasco que é do lado, na grande São Paulo, e era uma feira que tinha um milhão e meio de compra de livros, entendeu, era só para os editores da LIBRE. Eu fiz essa feira, vendi R\$ 18 mil num ano, R\$ 30 mil no outro ano, R\$ 50 mil, então era muito bom, então buscar esses espaços, você pensa: “ah, mas então uma feira no Rio ou em São Paulo vai ter uma fortuna?”, não. Rio de Janeiro e São Paulo Capital não dão dinheiro praticamente nenhum, quando a prefeitura dá, dá R\$ 100 mil pro EJA comprar livro na feira e R\$ 100 mil divididos por

80 estandes eu ganhava R\$ 1000, R\$ 1500 no máximo. A gente tá buscando novos caminhos para esses editores. Eu tô tentando até fazer feiras menores que vão menos editores, então vai cinco, 10, 20, ou vai um editor, como se fosse um livreiro representar os editores que não mandaram seus representantes, seus vendedores, pra gente visitar esse país todo e ganhar dinheiro. Mas ganhar dinheiro. Não adianta fazer feira para perder dinheiro. E é isso que tem acontecido porque... Posso falar mal da Bienal?

Pode, fica à vontade.

Eu amo a Bienal, desde que eu era criança eu adorava a Bienal, só que qual é o problema da Bienal? Quando, no século passado, ainda adolescente, eu ia na Bienal pra ver os lançamentos das editoras, o que tem de novo e elas davam 20% de desconto. A CBL [Câmara Brasileira do Livro] e outras organizações que dominam a Bienal elas começaram a vender espaços para empresas de sebo ou de queima de livro. Então a sua editora linda, mostrando seus lançamentos e dando 20% de desconto, aí eles chegam no seu estande e perguntam: “não tem nada de R\$ 10, não? Porque aquele ali vende a R\$ 10, não tem nada de R\$ 5?”. Então acabaram com o evento, virou um evento de xepa, e isso não é o objetivo dos editores, e essa é a vantagem das feiras da LIBRE, a gente vai lá para mostrar nossos livros, mostrar o que é diferente e tem um público extremamente qualificado, não é público de saldo, é público que vai procurar conteúdo que às vezes ele não acha na livraria.

Ah, interessante. E...

A LIBRE tem mais de 15 mil títulos entre seus editores.

Pode repetir? É que cortou...

A LIBRE tem mais de 15 mil títulos entre seus editores.

Ah, interessante, eu tô gostando que tu tem bastante número para me mostrar e dá pra ter uma ideia superinteressante...

De economista, tem sempre números.

[risos] Ótimo. E, Tomaz, qual que tu diria que são as principais vantagens, ou coisas que destacaria em editoras independentes no mercado, e o que seria algo negativo. Além do que a gente já sabe, basicamente, que é espaço em livraria, verba,

enfim...Mas o que seria uma vantagem e uma grande desvantagem da editora independente no mercado?

Tem uma vantagem que tá ligada a uma desvantagem. A editora independente é a que mais investe em autor novo, autor iniciante, obras que não se sabe se vão ter uma repercussão ou um sucesso de mercado, então a editora independente foca em tudo que é diferente, novo, mas que tem qualidade, ela publica. O risco é que o independente não tem capital para às vezes manter esse autor. Aí vem uma editora grande e vê “ah, aquele autor deu certo lá, deixa eu pegar ele” e rouba da independente, é uma pena, os autores deveriam ter fidelidade às suas editoras, pelo menos aquela obra que ele publicou, ele ficasse na editora e ele publicasse outras com uma editora grande, então essa é uma das desvantagens. Por exemplo, agora nesse momento, em que as editoras estão, praticamente, em desespero, em que as vendas caíram 70% a 90% de março para cá...agora tá recuperando... mas as vendas tão vindo, principalmente, da Amazon, então a Amazon tá dominando o mercado brasileiro com essa crise enquanto as editoras estão fechadas, mesmo que a gente compre online, a Travessa [livraria] entrega, a Leitura [livraria] entrega e outras entregam, a gente tá... a Amazon tá pagando os editores adiantado, “manda livro pra cá que eu já te pago”. Então é uma competição que a gente tá tentando lidar com isso até como independente para não ficar todo mundo na mão da Amazon. Agora, depois de três anos que a gente tá na mão de Cultura e Saraiva quebrando, que devem milhões pra editores...e eles deverem R\$ 10 mil para uma editora independente é uma fortuna, isso impede a publicação de outros livros. A gente tá nas mãos das livrarias e o modelo tá mudando. Acho que essa crise gerou uma mudança muito grande em dois aspectos: as editoras começaram a publicar e-book, que a maioria não investia nisso, pra ver se começa a ganhar dinheiro aí, a impressão sob demanda, que é a distribuição também pela Amazon, Submarino, pelos players, e também, o que acontece, elas começaram a vender direto pelo seu site, isso irrita os livreiros. Desde que eu comecei, eu não vendia pelo meu site porque os livreiros falavam: “se você vender pelo seu site, eu paro de vender seu livro” e essa ameaça agora tá inócua, porque a venda em livraria física hoje, pelo que eu vi, tem um relatório acho que tá entre 30% e 40% das vendas hoje são em livraria, o resto é online, feiras e outros eventos. Então independente...

Nossa, eu não sabia que era tão baixa.

É, já caiu muito. Saiu um relatório da Nielsen, se eu tiver, eu te mando o relatório da Nielsen.

Ah, vou anotar aqui para pedir depois.

Tem todos os dados das vendas, dizendo que as vendas aumentaram ano passado, não considera isso muito uma realidade, tá? As vendas aumentaram ano passado porque o governo leva dois anos para comprar livro e ano passado ele fez uma compra gigantesca, o governo comprou R\$ 100 milhões, então isso dá um viés absurdo na pesquisa. E eles não tem nem pesquisa sobre os pequenos e independentes, a gente começou a fazer uma pesquisa agora, teve uma pesquisa da LIBRE sobre o que os editores estão fazendo, eu te mando também, nesse momento de crise, que é mais um dado para o seu trabalho.

E vocês têm algum tipo de parceria com livrarias independentes, ou entre si? Existem estratégias de marketing ou estratégias de negócios para unir as editoras, por exemplo, para trabalharem juntas, ou não tanto?

A gente já tentou. Inclusive, a gente fez alguns eventos na Cultura, na Travessa, era a Semana Independente, então tinha uma mesa, um balcão só de livros das editoras independentes, mas a venda não foi muito...Tem que ter uma coisa permanente, acho que na França tem, em alguns lugares tem, nos Estados Unidos tem, seria uma mesa de editoras independentes, você vai lá e “aqui tem coisa diferente”, entendeu? Coisa de nicho, então, mas isso aqui ainda não deu muito certo, não, os livreiros estão querendo sobreviver e mesmo os pequenos eles não são tão independentes, eles só querem vender o que o público quer comprar, e o público quer comprar o best-seller, então, é difícil, a não ser livrarias muito especializadas, livrarias especializadas em história africana, sobre negros e outras coisas, aí você tem um público mais direcionado, senão é difícil.

Vou fazer uma pergunta bem abstrata, assim, mas qual seria um cenário ideal para o editor independente trabalhar e conseguir alcançar os objetivos de bibliodiversidade e de trazer novas ideias pro mercado, qual seria o cenário ideal, vamos dizer assim, o que falta?

Olha, o cenário ideal para o editor independente...o primeiro é acabar com a consignação de livros, porque foi isso que quebrou a maior parte das editoras. Dizem, eu não tenho certeza, que foi criado pela Companhia das Letras no século passado, que antigamente os livreiros compravam livros para pagar em 30 dias, em 60 dias, eles compravam, “ah, esse livro é lançamento, eu acho que vai vender bem, eu quero 100 exemplares, 300, 500” e a Companhia começou a consignar “olha, é meu lançamento, não precisa me pagar, se

vender, você me paga” e isso foi um grande atraso para todas as editoras e, principalmente, para as independentes. E o que aconteceu: a consignação, eu cheguei a ter consignado com a Saraiva, R\$ 100 mil em livros, e eles não me pagaram, eu consegui devolução de parte, aí o distribuidor também quebra no meio do caminho e aí você não recebe, então você põe livro e não sabe se vai receber. Nessa crise tá acontecendo a mesma coisa, os independentes estão desesperados, por quê? A partir de março, as livrarias pararam de pagar, “como tá em crise, a gente tem que pagar funcionário, manter a loja aberta, a gente vai pagar vocês em 90, em 120 dias”, “mas peraí, vocês querem pagar em 90, 120 dias, vocês vão pagar esse mês? Esse mês, vocês receberam antes da pandemia, então já estava no caixa, já passaram o cartão e receberam”. Então esse é o maior problema para o mercado como um todo, mas principalmente para os pequenos: se a gente não recebe do livreiro, a gente não tem como investir pra continuar lançando outros títulos. O cenário ideal seria um cenário em que o Ministério da Educação e que todas as Secretarias Estaduais da Educação investissem realmente em leitura, em programas de leitura, não só de alfabetização, mas que o jovem gostasse de ler, mais feiras, mais apoio, porque o livro, não sei se você sabe, não paga ICMS [Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços], mas isso só não resolve, porque a cadeia é tão grande, você paga distribuidor, livreiro, tudo, numa conta normal de uma edição de 1000 exemplares de um livro, você paga 50% para a livraria, 10% mais ou menos para o distribuidor, tem os outros impostos, PIS, COFINS [impostos no Brasil], que vão dar mais 5%, 6%, 10% para o autor, o custo do livro, sobra para o editor uma média de 8%. Então a gente trabalha muito para ficar com muito pouco. O livreiro fica com 50% e a gente fica com 8%. Então depois dessa pandemia, dando certo a venda para as editoras, acho que a grande mudança para os independentes é que eles vão começar a vender direto realmente. E aí as livrarias vão passar ou por um pedaço ruim ou então não vão ter os independentes, ou vão continuar vendendo seu best-seller, mas acho que o editor tem que parar de ter medo de vender direto, porque a gente tá no mercado de comunicação, de informação imediata. Então se eu sei que o livro é, por exemplo, da Vermelho Marinho, por que eu não vou na página da Vermelho Marinho e compro? De repente ele dá um desconto se eu me cadastrar lá. Então isso tá mudando o mercado agora. A gente dependia das livrarias, as livrarias pararam, então a gente tem que buscar um novo caminho. Eu tenho uma reunião agora, toda segunda-feira, que é um grupo de mercado dizendo como é que a gente vai reagir a partir da pandemia, mas não tem nada para te mandar porque tá em idealização,

sem a gente querer brigar com livraria, mas eu acho que as livrarias vão sair pior dessa crise.

É interessante porque quando eu comecei minha pesquisa, foi lá por janeiro, antes da pandemia, então tinha um cenário que eu ia analisar, e esse já não é mais o cenário hoje. Mas, ao mesmo tempo, eu tenho que analisar as duas coisas, eu tenho que ver o que tinha antes, o que está mudando, quais são as perspectivas. Acho que vai ficar interessante porque tem várias coisas que meio que aconteceriam, mas que assim vão acontecer mais rápido, por exemplo, que a pandemia vai acelerar.

Eu não sei quando você vai defender seu trabalho, mas, por exemplo, as informações desse ano só vão sair provavelmente no ano que vem...Então eu acho que a venda online vai disparar, a venda online vai disparar esse ano, não só de Amazon, Submarino, mas a Magazine Luiza entrou e várias outras empresas que nem vendiam livros, tá sendo vendido por Ponto Frio [loja de eletrodomésticos e eletrônicas] e vende.

Mas mesmo em Portugal...

O sonho do editor independente...

Desculpa.

Porque o sonho do editor independente é o seguinte: só editar livro, não se preocupar com a venda, sabendo que o conteúdo é bom, as pessoas vão achar na internet, tá lá e vão procurar, e não precisar imprimir, então, e a impressão sob demanda, não sei se você entende como funciona? Ela é fundamental para a editora independente, ele pode publicar tudo e não tem mais que gastar R\$ 10 mil pra fazer um livro, estocar, guardar no depósito que ele vai pagar mensalmente. Então a impressão sob demanda, se me pedem hoje na Amazon, a gráfica imprime e entrega, eu ganho menos, mas eu não investi, não tive risco, é sempre lucro, então não tem mais aquele prejuízo.

Uma coisa que eu não entendo da impressão sob demanda é como funciona. Porque a gente sabe que, na impressão tradicional, o número da tiragem ajuda a baixar o preço.

Sim.

Mas como que na impressão sob demanda o preço consegue se manter o mesmo?

Por que que consegue se manter? Porque na impressão sob demanda ela vende basicamente online. Então, por exemplo, um livro meu custa R\$ 40, para eu fazer uma edição dele de 1000 exemplares, um livro de 200 páginas, para fazer uma impressão dele de 1000 exemplares eu vou gastar uns R\$ 6 mil reais só de impressão, tá? Tirando revisão e todos os trabalhos editoriais. Se eu for fazer ele na impressão sob demanda, ele vai custar uns R\$ 10, R\$ 12 mil, tá? Pode dobrar, só que ele é vendido a R\$ 40. Se eu vendo esse livro a R\$ 40, e ele me custou R\$ 12 [mil], tecnicamente sobraria R\$ 28 se eu vendesse direto. Se eu ponho numa livraria, a livraria fica com 50%, então dos R\$ 28, vinte já foram, sobraram R\$ 8. Se eu dou 10% de direito autoral para o autor, vai sobrar só R\$ 4, então a editora vai ficar com R\$ 4, aí paga imposto disso e daquilo e vai ficar com 8% que eu te falei. Entendeu? Agora como que funciona a impressão sob demanda: esse livro vai continuar custando R\$ 40, a gráfica vai imprimir e vai entregar para a Amazon. Nesse valor que ela vai passar pra Amazon, já tá o lucro dela e o lucro da Amazon. Então, como funciona? Ela vai repassar pra mim, editor, 30%, se eu dou 10% para o autor, eu fico com 20%, pago o imposto lá, e ainda ganho mais do que se eu tivesse rodado por conta própria. Desses 70%, então, o ganho da Amazon, porque daí é uma negociação da gráfica com eles, mas em geral, acredito que seja em torno de 15% a 20%, a gráfica imprime o livro, que não vai sair por R\$ 12, ela deve ter o mais barato dela e um lucro absurdo também, ela consegue imprimir um a um com uma margem boa. Se ela vende pra mim a R\$ 12, provavelmente o custo dela é R\$ 6. Mesmo que ela dê 30% pra Amazon e para outros livreiros, e tem o custo de envio e entrega, envio não, porque é o cliente paga, o cliente que define o envio, então todo mundo ganha, então é o mercado ideal. Não tem livro sobrando, para saldo, e ele vai ter o livro na hora que ele quiser e em dois, três dias.

E não tem gasto em depósito também.

Não tem gasto em depósito, nem investimento do livro que estraga, fica amarelo, e depois você tem que vender a saldo mesmo. Não tem aquela coisa da livraria de “ai, quero escolher um livro”, vou na livraria e escolher, esse prazer vai continuar, as livrarias não vão acabar, assim como o livro impresso não vai acabar, eles vão conviver. O que tem acontecido muito com o livro impresso é que tem melhorado a qualidade, virou uma obra de colecionador. Você quer conteúdo? Compre o e-book, que é pra agora para eu ler. Mas se você quer ter o livro pra ter, para ler de novo um dia, ou então para anotar, livro de estudo, que eu compro em papel e eu anoto, então você quer um livro de qualidade. As

edições, eu tenho um livro meu que eu tô fazendo, por exemplo, eu lancei o livro da Júlia Lopes de Almeida, só impressão sob demanda, e na Bienal eu rodei 100 exemplares em brochura e 100 exemplares em capa dura, praticamente esgotou, eu tenho 30 em capa dura só, e deixei ele em impressão sob demanda. Esse ano, de janeiro até julho, ele já vendeu na impressão sob demanda mais de 300 exemplares. O livro, isso a edição popular dele, que custa R\$ 27, então, 300 exemplares vezes 30% de 27, eu ganho R\$ 2400 com esse livro. Investi na revisão, na capa, na diagramação, mas isso aí já me dá lucro, entendeu? Aí esse mesmo livro eu fiz uma edição brochura dele, mais bonita, com capa maior, com orelha, com tudo que esse popular não tem, que é vendida por R\$ 40. Essa mesma edição eu fiz com capa dura pra vender em *print on demand* também que custa R\$ 60 e tá tendo demanda. Então o leitor escolhe que livro ele quer. Então o mesmo livro eu tenho três versões: a popular, R\$ 27, a média, R\$ 40, e luxo por R\$ 60. E eu ganho 30% em todas.

Entendi.

E o e-book, claro.

Mas é um tipo de impressora diferente ou é a mesma coisa?

Normalmente é a *laser*, que é uma qualidade um pouco menor que a da *offset*, mas a tecnologia avançou tanto, e o livro, você não consegue diferenciar hoje o livro. E tem uma coisa no mercado desde que eu entrei que todo mundo queria o livro costurado, “ah, costurado porque, se não, solta as folhas”. Hoje, a impressão sob demanda tem uma cola tão eficiente que a Amazon só quer os livros com cola porque a cola não solta. Eu vou em evento, eu pego um livro costurado, eu consigo quebrar, esse, com essa cola, eu não consigo quebrar. Então é uma cola que vai durar mais de 40 anos.

Entendi.

Isso é o que eles dizem, então vou ter que esperar 40 anos para checar, então não dá muito para confiar.

Ah, muito obrigada por me explicar, eu nunca entendi como que o preço se manteria, mas legal, consegui entender um pouquinho melhor. Tem duas outras perguntas que eu queria fazer em relação à LIBRE. A primeira delas é o quê, de efetivo, vocês já conseguiram fazer e que enxergam de positivo para as editoras independentes (e que

já deu para mudar no cenário a partir da associação). Ainda, se vocês seguem o exemplo de alguma outra associação de outro país para fazer o trabalho de vocês.

Olha, a LIBRE ela começou pequenininha, cresceu e hoje eu diria que ela é uma força no mercado. Então, você tem algumas associações grandes, que eu digo que são mais patronais, de grandes empresas como a CBL [Câmara Brasileira do Livro], e o SNEL [Sindicato Nacional dos Editores de Livros]. Eu era associado ao SNEL, mas não fazia muito sentido pra mim estando na LIBRE, porque a LIBRE dá a carta de exclusividade, das outras coisas que a SNEL dá, e não dá pra você pagar todas as associações. Você vai gastar R\$ 1000 por mês, entendeu? Mas a LIBRE, hoje, tudo o que é feito no país, senadores, deputados consultam a LIBRE para saber o que acham, então eu tenho reunião com o senador Jean Paul Prates pra propor novas leis, então a LIBRE hoje é uma força de mercado. E como ela representa o independente e que é, basicamente, como eu diria que, metade de editores nacionais são de editoras pertencentes à LIBRE, a força dela é muito grande. Não só de nós, como editores, mas como dos autores. Então sempre se fala em LIBRE, a LIBRE tá sempre na imprensa, sempre procuram a gente para perguntar a nossa opinião sobre isso, e não mais só a CBL, que é a grande que faz a Bienal e que é de editoras milionárias. Então essa é uma das forças da LIBRE, e como grupo, a gente tem conseguido muito espaço em todos os lugares. Se a gente fala que é da LIBRE, abre a porta e isso é uma coisa muito boa. E investir, a gente recebe pouco, uma mensalidade barata que só dá para o custo, e tem conseguido muitos patrocínios, por exemplo, essa semana mesmo eu consegui patrocínio para a Casa Flip da LIBRE, que se não ocorrer em novembro, vai ser para o ano que vem, mas com o mesmo patrocinador. Então é uma coisa para a gente divulgar, é importante a gente tá sempre divulgando o que a LIBRE defende, as causas, e a gente também faz parte da Aliança Internacional de Editores Independentes, que tem sede na França. Então são editores do mundo inteiro e a LIBRE entrou como membro, como organização, você pode entrar como editor também, mas a LIBRE entrou como organização. E eles passam semanalmente pra gente um e-mail, um relatório do que está sendo feito no mundo pelos seus membros, como é que se tá chegando aos governos, como é que tá se exigindo, então tudo que eu recebo deles eu passo “olha, na França é assim, na Inglaterra é assim, nos Estados Unidos tá sendo feito isso, na Argentina e no Chile tá sendo feito assim”, então a gente recebe essas informações até para pressionar o governo “olha, tá sendo feito assim”. E, infelizmente, a gente tem um governo que eu acho que o presidente nunca leu um livro do começo ao fim, então

não tem surtido muito efeito. Vamos esperar mais dois anos e que se ficar isso tudo que ao menos entre alguém que pelo menos saiba ler e escrever, o que é difícil nesse país.

Tá complicado [risos]

Mas a gente vai continuar forte, disso eu não tenho dúvidas.

Tem mais alguma questão importante que tu acha relevante de eu pensar ou de eu apresentar na pesquisa?

Eu não sei qual é o foco da tua pesquisa.

O foco é entender como que os editores se enxergam de forma independente, o que é ser independente, mas a partir da voz dessas pessoas. Então eu estou ouvindo editores para entender esse termo ou de que formas eles se definem. Porque claramente alguma coisa ali é diferente, né? Alguma coisa nesse trabalho da editora é diferente.

Eu acho que a gente, o leitor, quem gosta de ler mesmo, quando pensa em independente, talvez – é uma opinião minha, não vai dizer que é a opinião da LIBRE.

Claro.

Mas “ah, é um livro diferente, talvez seja chato, ele não vendeu muito, pode não ser bom”, então pode ter esse lado mais negativo, que se não vendeu não é bom, o que não é verdade, entendeu? Mas tem essa coisa. Então, tem livros que começam pequenos numa independente e vão crescendo. Tem a minha vice-presidente, por exemplo, a Lizandra [Magon de Almeida, Editora Jandaíra], ela lançou aquela autora Djamilia Ribeiro e hoje é o carro-chefe dela, a Djamilia tem livros pela Companhia das Letras e tem por ela e manteve, o que eu acho muito legal. Então tem outros editores, essa coisa que eu te falei do negro que tá muito forte, a [Editora] Pallas, da Cristina [Warth], tem Conceição Evaristo, que também vende uma barbaridade. São editores, são livros que elas investiram e que ninguém sabia o que ia dar e que deram certo. Mas eu acho que independente, quando você chega numa feira o que você prefere encontrar? Quando eu era criança, tinha Agatha Christie, Sidney Sheldon, aqueles autores Arthur Hailey, Wallace, Frédéric, até agora, então eram autores que a grande ia publicar porque traduziram e deu certo lá fora, porque era isso que chegava pra gente. E o autor nacional, o que chegava? Jorge Amado, que eu amo, entendeu? Alguns clássicos, Machado [de Assis] e outros, e o autor nacional

muito cabeça, esse que é o grande problema do Brasil: eles acham, o leitor acha que o autor brasileiro é chato. Porque tem diversos prêmios no Brasil e parece que ganha aquela panelinha, entendeu? São os mesmos autores que ganham sempre, tem os muito bons que eu li, e tem outros que eu não vou nem perder tempo, começo a ler cinco páginas e “ai, que porre, isso aí ganhou porque é amigo do cara”. Agora, por exemplo, tem autores que nunca ganharam, como Alberto Mussa, que é maravilhoso, deve ter 50 anos e todos os livros dele são bons e nunca ganhou e tá naquela coisa, é da editora Record, eles têm um prazer de ser da editora Record, que é uma editora grande, só que eles não vivem de livro, porque o livro dele na editora Record a tiragem é de 1000 exemplares, no máximo 2000, 3000. Tem uma autora amiga minha que mora em Portugal, depois se você quiser entrevistar, que é da Record, que é a Ângela Dutra de Menezes, ela foi fazer doutorado e ela tá no Porto. Ela teve um livro, *O português que nos pariu*, na Record, com várias edições, ela vendeu 100 mil exemplares. Mas os outros livros dela na Record venderam 1000, 2000, 3000, ela não vive de livro. Esse livro realmente deu dinheiro pra ela, se você pegar 100 mil exemplares, preço de capa de R\$ 30 e ganhou R\$ 3 reais em cima do livro, ganhou R\$ 300 mil, mas isso só acontece uma vez... às vezes. Não existem Paulos Coelhos no Brasil. Agora morreu o Rubem Fonseca, morreu Garcia-Roza, Rubem Fonseca realmente vendeu bastante, Garcia-Roza vendeu menos, mas ele era psiquiatra, então tinha clínica, ganhava dinheiro de outra forma. O Rubem, apesar de ser policial aposentado, ganhava dinheiro com livro também. Jorge Amado vivia de livro, então são poucos, são muito poucos os brasileiros que vivem de livros, então esses você encontra. Só que a geração nova ninguém sabe quem é e ninguém tá interessado em saber, porque pessoas têm tempo para ler muito pequeno hoje. A internet toma muito tempo. Série, Netflix e outras coisas, as pessoas não querem ler, não querem perder tempo. Eu me irrita quando eu vou pegar um metrô porque eu quero sentar para poder ler e tem milhões de pessoas ou que estão no celular ou estão dormindo e, gente, que perda de tempo. Você tá indo para o trabalho, meia hora, 40 minutos, você podia tá lendo um livro, lendo um capítulo ou dois. Brasileiro não lê, esse é o grande problema. Então se você pegar a média anual, o brasileiro lê dois livros por ano e isso incluindo os 400 milhões que são vendidos por ano, dá uma média de dois por habitante, então se você considerar que 100 e tantos milhões são compras do governo para distribuição em escola, então o brasileiro na verdade lê um livro por ano.

Sim, quase nada.

Não sei em Portugal como é, mas...

É, na visão deles, eles leem muito pouco. E é até uma visão curiosa que me passaram aqui, de que o mercado é muito pequeno. Então o português, quem lê, lê muito, mas não é uma grande porcentagem de leitores. Então é bem complicado vender livro. Tipo, aqui uma tiragem grande é 300 livros, pelo tamanho do país...

300 exemplares?

Então, assim, grandes editoras é 1000 tiragens.

Que loucura. Então estão piores que a gente...

Pois é...

Porque a gente vende, pelo menos, uma média de 500 cada um.

Então o mercado, apesar de aqui ter muito mais espaço para a cultura e incentivo do governo, por exemplo, muito prêmio literário, muita livraria pequena, muita livraria independente, apesar disso ainda é um mercado minúsculo, muito pequeno. E aí tem problemas porque o preço do livro...

Deixa caro, é caro.

Tomaz, só uma última questão: eu vou trabalhar muito também com o conceito de bibliodiversidade. Como que vocês encaram essa questão da bibliodiversidade? O que seria a bibliodiversidade na tua visão?

É a mesma questão do independente, a LIBRE não consegue chegar a uma conclusão do que é independente, porque eu acho uma coisa. Pra mim o independente é o pequeno, que publica autor nacional, que investe a maior parte em autor nacional e busca conteúdo diferenciado, que é a bibliodiversidade.

Sim.

Então o independente pra mim tá ligado à bibliodiversidade. São edições menores de livros para testar e para levar um conhecimento de livro maior. A bibliodiversidade leva um conhecimento que muitas vezes não seria publicado porque não interessa ao mercado grande, às livrarias, mas que tem seu público. Eu mesmo já lancei livros que o autor chegou pra mim e “olha, eu quero bancar a edição, é um livro que vou lançar em inglês,

e só tem 30 pessoas interessadas nisso no Brasil. Você faz uma edição de 30?”, e eu fiz pra ele de 30. Agora, o que é o conteúdo diferenciado? No mês seguinte, os Estados Unidos me encomendou 40 exemplares desse livro, a França me encomendou mais 30 exemplares desse livro, então tem um mercado, então hoje você tá globalizando. O que tá acontecendo com o livro independente, que é muito legal, e que eu assinei contrato semana passada com a Buobooks, ela é uma empresa de um jornalista brasileiro, que montou um grande negócio, que é fazer impressão sob demanda de obras brasileiras no mundo inteiro. Então eu tô botando meus livros lá e eu nem sei qual vai ser o preço. Eles vão ver a matriz de cada país, então meu livro que eu vendo a R\$ 40 aqui, pode ser que seja vendido na Inglaterra por £15. Então, não importa, ele vai me pagar 25% do valor vendido lá fora. Pode ser que ele seja vendido em Moçambique por um preço menor porque é um mercado mais reduzido ou com uma demanda menor. Pode ser que no Japão custe uma fortuna o livro, mas não interessa. Só o que acontece, tem brasileiro demais no mundo inteiro que quer livros em português. Só que pra mandar um livro daqui para os Estados Unidos, o que eu vou gastar de frete não compensa. Então podendo imprimir sob demanda nesses países vai melhorar muito. E tem dois tipos de edições que a gente pode fazer nesses países: a brochura normal, sem orelha, e a capa dura, então você também vai poder escolher, então isso é uma vantagem. E com isso, a bibliodiversidade que talvez não se justifique aqui no Brasil de “vai fazer uma edição e vai vender 50, 100, 200”, mas se você pega o mundo inteiro como possível cliente do seu livro, pode ser que as tiragens hoje continuem pequenas aqui, só que você venda 100, 200, 300 exemplares no mundo inteiro, porque o conteúdo tá se espalhando. Então são essas as mudanças que o independente tá tendo, ele tá ganhando uma abrangência. Como a Amazon, não sei se você estudou a Amazon, que ela trabalha a cauda longa, então 80% da receita dela são dos livros que vendem pouco. Só que esses livros que vendem pouco ela não precisa dar desconto. Ela tem o best-seller que ela dá 30%, 40% de desconto. Só que esses que vendem pouco ela ganha muito mais que é 80% da venda dela, que todo mundo sabe que vai tá lá na Amazon e ela vende pelo preço cheio, então ela ganha 50% em cima desse livro, a receita dela tá aí. É isso que tá acontecendo, eu quero mais é que a Amazon venda no mundo inteiro.

Entendi.

Então eu acho que vai por esse caminho até porque para os editores portugueses vai ser bom, porque se eles vendem só 300, eles entrando nesse mercado, vão vender no mundo todo.

E nos países de língua portuguesa também já ajuda nessa distribuição. Então tu diria que não existe um consenso ainda na LIBRE sobre o que é ser independente? Que ainda depende muito da visão de cada um?

A gente tentou, a diretoria nova entrou e tentou, então, basicamente, alguns conceitos, “ah, é pequeno”, “mas peraí na LIBRE tem editores que já ficaram grandes e continuam, então eles têm que sair da LIBRE porque cresceram”, tipo a Autêntica, a Gutemberg, já é uma editora que vende muito e cresceu, mas é um grupo único, de uma dona única e ah, muita gente quis tirar ela porque ela não é mais independente. Mas não é porque é a mesma dona, ela só cresceu e vendeu mais e ela não é mais independente? Então gera esses conflitos. Grande não é independente, mas falei “gente, que todos os independentes fiquem grandes”, ótimo, mas o independente é o que publica, é o que arrisca mais, ele não publica o que deu certo lá fora, ele investe no que ele acredita, no que ele gosta, no que tem conteúdo, e que ele acha que se vender, vendeu, senão os outros que eu vou lançar vão compensar um pouco o que eu perdi aqui. Isso é o independente, é publicar o diferente. Publicar a bibliodiversidade.

É isso que eu ia perguntar também, da questão do tamanho, mas já tá respondido. E só uma última questão que talvez seja até fofoca e nem sei se eu deveria estar falando disso, mas é o seguinte...

Pode falar.

Eu mandei e-mail para uma editora falando da minha pesquisa, e eles disseram “ah, Jéssica, sinto muito, a gente não pode ajudar porque nós não nos consideramos independentes”, mas eu vi o nome deles na associação da LIBRE. Então talvez seja esse o caso, talvez eles não se considerem mais independentes por terem crescido e se confunda esse conceito de grande com... não sei [risos].

Eu entrei agora e vi a lista de 150 e tem editora que eu nem sabia que tava na LIBRE, entendeu? Como tem umas que saíram e que eu não sabia que saíram. Por exemplo, na LIBRE tinha uma que não se considera independente, que era a editora que eu era mais apaixonado, que era a Cosac Naify. Ela fechou, só que ela fazia parte da LIBRE. Tem a

34, que publica aquelas traduções dos russos maravilhosas e continua. Tem a Nova Alexandria e tem outras, algumas saíram. Tem a Aleph, que faz parte da LIBRE, você conhece a Aleph?

Sim.

A Aleph já é média, é uma editora pequena que já é média.

Sim, a Aleph tem um marketing muito interessante, um marketing...

Monstruoso. E toda feira da LIBRE eles já chegam, vai ter a Feira da Primavera Literária no Rio e divulgam para toda a base do Rio e “ó, vamos estar com estande”, normalmente compram dois estandes, e todos os livros com 50% de desconto, então promoções até 50% de desconto, então lota, o estande deles tá lotado, eles vendem uma barbaridade toda feira. Tem a chance de ter um estande barato, que na última feira custou R\$ 1350, pra eles não é nada, e isso é o m² praticamente da Bienal, eles pagam isso para ter um estande e eles compram dois e vendem, nem sei, eles nunca me disseram, mas deve vender R\$ 50, R\$ 100 mil fácil num passe numa feira dessas.

Sim, o marketing deles é muito bem-feito.

Agora, tem gente que acha que eles não são independentes. Eu acho que eles são independentes. Independentes de nicho focados naquilo. Tem um outro grupo que seria legal você entrevistar também que são editores menores, que é a Coesão Independente. E tem o Cid do Sebo Clepsidra, como se fosse presidente, eles estão fazendo a associação oficial, ainda não é legalizado, mas tem mais de 100 editores, ainda bem pequenininhos. Alguns estão chegando agora a 10 obras, outras 20, 30, muita gente que faz obra no Catarse, eu não sei se você já viu?

Ah, sim.

Tem editoras lá, como a Wish, que começou pequena, há 5 anos, fez campanha no Catarse, não deu certo, cresceu, foi criando a base e hoje ela faz campanha, outro dia a campanha dela levantou R\$ 300 mil, um livro de contos de fada. Todos os livros dela vendem 50, 80 mil, 100, 150, então eles estão muito bem. É mais nicho independente, aquele raiz, e tem editor que entrou lá na Coesão com um livro, eu tô com um livro só.

8.2 Autorizações das entrevistas