

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LINGUAGENS

Flávia Denise Pires de Magalhães

**FEIRAS DE PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES:
uma análise da emergência desses encontros em Belo Horizonte (2010-2017)
e dos eventos Faísca ã Mercado Gráfico e Textura (2017-2018)**

Belo Horizonte
Novembro de 2018

M188f Magalhães, Flávia Denise Pires de.
Feiras de publicações independentes : uma análise da emergência desses encontros em Belo Horizonte (2010-2017) e dos eventos Faísca - Mercado Gráfico e Textura (2017-2018) / Flávia Denise Pires de Magalhães. - 2018.
152 f. : il. + 1 CD-ROM
Orientadora: Ana Elisa Ferreira Ribeiro

Dissertação (mestrado) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Belo Horizonte, 2018.
Bibliografia.

1. Editores e Edição. 2. Produção editorial. 3. Publicações literárias - Belo Horizonte (MG). 4. Autopublicação. I. Ribeiro, Ana Elisa Ferreira. II. Título.

CDD: 070.593

**FEIRAS DE PUBLICAÇÕES INDEPENDENTES:
uma análise da emergência desses encontros em Belo Horizonte (2010-2017)
e dos eventos Faísca ã Mercado Gráfico e Textura (2017-2018)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG) como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Estudos de Linguagens.

Linha IV - Edição, Linguagem e Tecnologia

Orientadora: Profa. Dra. Ana Elisa Ferreira Ribeiro

Belo Horizonte
Novembro de 2018



CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM ESTUDOS DE LINGUAGENS

FLÁVIA DENISE PIRES DE MAGALHÃES

Feira de publicações independentes:

uma análise da emergência desses encontros em Belo Horizonte (2010-2017) e dos eventos Faísca – Mercado Gráfico e Textura (2017-2018)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais em 07 de novembro de 2018, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos de Linguagens, aprovada pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Profª. Ana Elisa Ribeiro, Drª. - Orientadora
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Profª. Daniela Szpilbarg, Drª.
Centro de investigaciones sociales – Instituto de Desarrollo Economico y Social

Profª. Paula Renata Melo Moreira, Drª.
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Dedico esta pesquisa ao meu pai,
que não viu este capítulo da minha vida,
mas, mesmo assim, esteve presente.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, que nunca falha em seu entusiasmo pela vida e pelas investigações acadêmicas.

Agradeço ao meu marido por estar incondicionalmente ao meu lado, acreditando em mim até mesmo quando eu duvido.

Agradeço aos meus irmãos pela presença, incentivo e companhia nos dias difíceis e também nos dias deliciosamente bons.

Agradeço à Silvia por ser meu guia quando eu não sabia o caminho, e ao Renato, pela companhia no amor à vida.

Agradeço às minhas famílias pela paciência durante o processo desta pesquisa.

Agradeço aos companheiros de pesquisa de campo João Renato Faria, Maria Beatriz Pires de Magalhães, Renato Paulo Pires de Magalhães, Rita Beatriz Pires de Magalhães, Fábio Ferreira, Lorena Mazzeiro e Sílvia Eugênia do Amaral. Esta pesquisa seria mero desejo abortado se não fosse a disponibilidade e o entusiasmo de vocês.

Agradeço aos transcritores incansáveis Kelly Ribeiro e João Renato Faria.

Agradeço à orientadora Profa. Dra. Ana Elisa Ribeiro pelas boas ideias, pelos cafés demorados e pelo olhar atento.

Agradeço aos colegas do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG. Não há grupo de pessoas mais perfeito para dividir essa experiência do que vocês!

Agradeço aos professores da Pós-Graduação em Estudos de Linguagens pela generosidade ao ensinar.

Agradeço ao Prof. Dr. Rui Brites e à Dra. Liliane Oliveira pela paciência e entusiasmo no ensino da análise quantitativa.

RESUMO

A capital mineira, Belo Horizonte, vive um momento de efervescência da quantidade e variedade das feiras de publicações independentes, desde, ao menos, 2010. Partindo dessa observação, fizemos uma revisão teórica a partir dos textos de Pierre Bourdieu (1996; 2004), do qual usamos os conceitos de campo e capital; de Robert Darnton (1982; 2007) e Thomas R. Adams e Nicholas Barker (1993 *apud* Darnton, 2007), dos quais usamos os conceitos de modos de produção do campo editorial; e de Roger Chartier (1998a, 1998b), Michel Foucault (2009), Roland Barthes (2004) e Vilém Flusser (2010), dos quais observamos as definições históricas e teóricas de autor e de editor. Também fizemos uma revisão da literatura sobre o termo *independente* a partir de Daniela Szpilbarg (s/d; 2012), Gustavo Sorá (2013), Hernán López Winne e Víctor Malumián (2016), Magalí Rabasa (2016), José de Souza Muniz Jr. (2016; 2017), Alice Bicalho de Oliveira (2017). Neste trabalho, identificamos as principais feiras de publicações que ocorreram em Belo Horizonte de 2010 a 2017. A partir desse levantamento, investigamos a criação e a manutenção das feiras Faísca, Mercado Gráfico e Textura e mapeamos as trocas de capitais simbólico, financeiro e cultural que ocorrem nessas feiras, observando uma dependência, no caso da Faísca, de incentivos governamentais. Foi feita uma aplicação de questionário em uma edição da Faísca e uma edição da Textura, ambas em 2017, para caracterizarmos os expositores dessas feiras. Em ambas as feiras, a maioria dos presentes se considera independente. A Faísca apresenta uma divisão entre gêneros entre seus expositores (masculino, 45,2%; feminino, 51,6%; travesti, 1,6%) cuja maioria é de jovens adultos (18 a 29 anos; 67,7%) e uma grande maioria tem nível de escolaridade que engloba a graduação (87,1%). O expositor da Textura é frequentemente um homem (61,1%) de até 44 anos (83,3%) com passagem pela graduação (88,9%). Por fim, fizemos três grupos focais com expositores que já participaram de uma das duas feiras investigadas. Em conclusão, esses editores independentes não se identificam como editores, praticam criação e edição sem fazer uma distinção clara entre os processos, vão às feiras para conhecer outros publicadores e têm dificuldade na distribuição de suas publicações.

PALAVRAS-CHAVE: Edição; Produção editorial; Feira de publicações independentes; Faísca; Textura.

ABSTRACT

The capital of Minas Gerais, Belo Horizonte, is experiencing a moment of effervescence in the quantity and variety of independent publications fairs, at least since 2010. From this observation, we have made a theoretical revision based on the texts by Pierre Bourdieu (1996, 2004), which we use the concepts of field and capital; by Robert Darnton (1982, 2007) and Thomas R. Adams and Nicholas Barker (1993 *apud* Darnton, 2007), from which we use the concepts of modes of production of the editorial field; and Roger Chartier (1998a, 1998b), Michel Foucault (2009), Roland Barthes (2004) and Vilém Flusser (2010), from which we observe the historical and theoretical definitions of author and editor. We also reviewed the literature on the term "independent" from Daniela Szpilbarg (s/d; 2012), Gustavo Sorá (2013), Hernán López Winne and Victor Malumián (2016), Magalí Rabasa (2016), José de Souza Muniz Jr. (2016, 2017), Alice Bicalho de Oliveira (2017). In this work, we identified the main publications fairs that took place in Belo Horizonte from 2010 to 2017. From this survey, we investigated the creation and maintenance of the Faísca e Mercado Gráfico and Textura and mapped the symbolic, financial and cultural exchanges that occur in these fairs, observing a Faísca dependency on government incentives. A questionnaire was applied in one edition of Faísca and one edition of Textura, both in 2017, to characterize the editors of these fairs. In both fairs, the majority of those present consider themselves to be independent. Faísca has a gender distribution among its exhibitors (male, 45.2%, female, 51.6%, transvestite, 1.6%), the majority of whom are young adults (18-29 years, 67.7%) and a large majority have a level of education that includes graduation degree (87.1%). The exhibitor of Textura is often a man (61.1%) up to 44 years (83.3%) with graduation degree (88.9%). Finally, we made three focus groups with exhibitors that already participated in one of the two fairs investigated. In conclusion, these independent publishers do not identify themselves as editors, practice creating and editing without making a clear distinction between the processes, go to fairs to meet other publishers, and have difficulty distributing their publications.

KEYWORDS: Editing; Editorial production; Independent publications fair; Faísca; Textura.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metodologias usadas na pesquisa	41
Figura 2: Marca da Faísca (2015 a 2017)	43
Figura 3: Marca da Textura (março 2017)	43
Figura 4: Evolução dos eventos literários no Brasil	55
Figura 5: Faísca em 2015	79
Figura 6: Critérios de seleção da Faísca (2017)	80
Figura 7: Mapa de expositores e atividades da edição de 18 de novembro de 2017 - Faísca	82
Figura 8: Relações de poder entorno da Faísca (2015 e 2016)	86
Figura 9: Relações de poder no entorno da Faísca (2017)	87
Figura 10: Pedido para participar na Textura	94
Figura 11: Textura em 2017	96
Figura 12: Produção de Iago Passos (Alecrim)	98
Figura 13: Relações de poder entorno da Textura (2017)	99

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama 1: O circuito de comunicações	22
Diagrama 2: A conjuntura socioeconômica como um todo	23
Diagrama 3: Produtos editoriais e projetos expressivos nas feiras de publicações independentes	29
Diagrama 4: O lugar do independente	127

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Entrevistas	42
Quadro 2: Feiras em que o questionário foi aplicado	44
Quadro 3: Grupos focais	47
Quadro 4: Feiras de publicações independentes em Belo Horizonte (2010-2017)	69
Quadro 5: Dados gerais da Faísca ï Mercado Gráfico (2015-2017)	85
Quadro 6: Edições da Faísca ï Mercado Gráfico e suas parcerias (excluindo patrocínio) em 2017	89
Quadro 7: Dados gerais da Textura (2017)	101
Quadro 8: Edições da Textura em 2017 e 2018 (até setembro)	102
Quadro 9: O que significa ser independente para você? (2017) Categorização (Faísca)	120
Quadro 10: O que significa ser independente para você? (2017) Categorização (Textura)	123

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Principais feiras de publicações ãindependentesò em São Paulo (SP), 2009-2015	60
Tabela 2: Caracterização social da amostra Faísca (%)	104
Tabela 3: Área da publicação de acordo com o nível de escolaridade na Faísca (%)	106
Tabela 4: Preço total do projeto de acordo com o nível de escolaridade na Faísca (%)	106
Tabela 5: Preço de venda de acordo com o gênero na Faísca (%)	107
Tabela 6: Tempo de frequência em feiras de acordo com o gênero na Faísca (%)	108
Tabela 7: Caracterização social da amostra Textura (%)	111
Tabela 8: Tempo de frequência em feiras de acordo com o gênero na Textura (%)	114
Tabela 9: Declaração de preço pago para expor de acordo com a etnia na Textura (%)	114

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Forma de impressão Textura (%)	112
Gráfico 2: Preço de venda da publicação principal Textura (%)	113
Gráfico 3: Você se considera um produtor independente? Respostas na Faísca (2017)	119
Gráfico 4: Você se considera um produtor independente? Respostas na Textura (2017)	123
Gráfico 5: Durante a publicação, quais processos você considerou serem essenciais? (Faísca)	140
Gráfico 6: Durante a publicação, quais processos você considerou serem essenciais? (Textura)	141

LISTA DE SIGLAS

BDMG	Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais
BDMG Cultural	Instituto Cultural Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais
BH	Belo Horizonte
CBL	Câmara Brasileira do Livro
CEFET-MG	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
COMPA	Coletivo Mineiro Popular Anarquista
CRJ	Centro de Referência da Juventude
FBN	Fundação Biblioteca Nacional
FIF	Festival Internacional de Fotografia
FIQ	Festival Internacional de Quadrinhos
FLI-BH	Festival Literário Internacional de Belo Horizonte
FLIA	Feria del Libro Independiente y Alternativa
FLIP	Festa Literária de Paraty
IBM SPSS	International Business Machines Statistical Package for the Social Sciences
Iepha-MG	Instituto Estadual de Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais
INL	Instituto Nacional do Livro
ISSQN	Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza
LIBRE	Liga Brasileira de Editoras
MASP	Museu de Arte de São Paulo
MinC	Ministério da Cultura
MoMA	Museum of Modern Art
PBH	Prefeitura de Belo Horizonte
PNL	Política Nacional do Livro
PNLE	Política Nacional de Leitura e Escrita
PNLL	Programa Nacional do Livro e da Leitura
SESC	Serviço Social do Comércio
SIND-REDE	Sindicato dos Trabalhadores em Educação da Rede Pública Municipal de Belo Horizonte
SNEL	Sindicato Nacional dos Editores de Livros
UEMG	Universidade Estadual de Minas Gerais
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UNA	Centro Universitário UNA
UNI-BH	Centro Universitário de Belo Horizonte
USAID	United States Agency for International Development

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	14
CAPÍTULO 1 ã O JOGO DA ACUMULAÇÃO	18
1.1 O campo editorial	18
1.2 O independente	24
1.3 O autor, o editor e o autor-editor	30
1.3.1 A figura do autor	31
1.3.2 A figura do editor	34
1.3.3 O autor-editor	37
CAPÍTULO 2 ã A INVESTIGAÇÃO: DESENHO METODOLÓGICO	41
CAPÍTULO 3 ã A POLÍTICA E O LIVRO NO BRASIL	49
3.1 A cena editorial independente brasileira	56
3.2 As feiras de publicações de Belo Horizonte (2010-2017)	61
CAPÍTULO 4 ã UM MERGULHO EM DUAS FEIRAS DE BH: RESULTADOS	76
4.1 Faísca ã Mercado Gráfico	76
4.1.1 Estrutura interna e troca de capitais	83
4.2 Textura	92
4.2.1 Estrutura interna e troca de capitais	96
4.3 Os editores nas feiras: análise quantitativa	103
4.3.1. Os editores na Faísca	103
4.3.2 Os editores na Textura	110
4.3.3 Belo Horizonte das feiras Faísca e Textura	115
CAPÍTULO 5 ã UM OLHAR ÀS IDEOLOGIAS E PRÁTICAS NAS FEIRAS	119
5.1 A questão da independência: Faísca e Textura	119
5.1.1 O lugar do independente	126
5.2 A construção de uma rede	128
5.3 A questão da distribuição	132
5.4 A figura do editor	135
5.5 Processos editoriais: criação e edição	139
CONSIDERAÇÕES FINAIS	144
REFERÊNCIAS	146
LISTA DE APÊNDICES NO CD ENCARTADO	152

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O que João Cabral de Melo Neto, Autran Dourado, Lygia Fagundes Telles, Fernando Sabino, Rachel de Queiroz, Vinicius de Moraes e Luiz Vilela¹ têm em comum? Os sete escritores começaram suas trajetórias literárias usando uma das estratégias possíveis da autopublicação: o financiamento de sua própria obra. Essa constelação brasileira faz parte de um universo de autores que decidiram tomar para si a tarefa da edição, grupo composto de muitos famosos e uma infinidade de anônimos.

A prática da autopublicação existe desde a consolidação da figura do autor, no século XVIII, quando ñvemos muito autores tentando transformar-se em seus próprios editores² (CHARTIER, 1998, p.65), mas tem chamado a atenção nos últimos anos graças a sua crescente popularização³, alavancada pela facilidade de acesso aos meios de impressão e ao ambiente digital³. De fato, vivemos um momento de efervescência da publicação em pequenas casas editoriais e da autopublicação, como aponta o pesquisador argentino Gustavo Sorá:

Como são as casas editoriais surgidas nos últimos dez anos? Algumas guardam semelhança formal com a edição tradicional: dedicação exclusiva às tarefas editoriais, tendência a uma divisão de funções, mesmo quando podem ser empresas de escala muito pequena (3 ou 4 pessoas), cultivo de um catálogo e práticas tradicionais, como a pretensão de expor em feiras, promover a resenha de seus livros em periódicos etc. Porém, muitos projetos transbordam as definições *standard* do *métier*. Desafiando as pressuposições da evolução da cultura ocidental, nunca parece ter sido tão superrepresentada a edição do autor e se sobrepõem categorias que a história separou uma das outras. Voltam a surgir pessoas ou coletivos que podem encarnar ao mesmo tempo e lugar autores (artistas) ñ editores ñ impressores ñ distribuidores ñ livreiros ñ tradutores⁴ (SORÁ, 2013, p.106).

O trecho acima é escrito por Sorá em referência ao campo editorial argentino, mas movimento semelhante vem sendo observado no Brasil e em Minas Gerais. Em 2013, Carlos

¹ Ver RIBEIRO, 2018; VAN STEEN, 2008; CRENI, 2013.

² No Brasil, o número de editores Pessoa Física que pediram um prefixo editorial à Agência Brasileira ISBN para publicar sua própria obra subiu de 960 (2005) para 1.865 (2017), um aumento de 194%. No mesmo período, o número de editores Pessoa Jurídica cadastrados subiu de 844 (2005) para 1.362 (2017), um aumento de 161% (ISBN).

³ Ver ARAÚJO, 2013.

⁴ Tradução nossa. No original: ¿Cómo son las editoriales surgidas en los últimos diez años? Algunas guardan semejanza formal con la edición tradicional: dedicación exclusiva a las tareas editoriales, tendencia a una división de funciones, aún cuando puedan ser empresas de muy pequeña escala (3 o 4 personas), cultivo de un catálogo y prácticas tradicionales como la pretensión de exponer en ferias, promover la reseña de sus libros en periódicos, etc. Pero muchos proyectos transbordan las definiciones *standard* del *métier*. Desafiando los supuestos de la evolución de la cultura occidental, nunca parece haber sido tan sobre-representada la edición de autor y se solapan categorías que la historia desgajó unas de otras. Vuelven a aparecer personas o colectivos que pueden encarnar en un mismo tiempo y lugar a autores (artistas) ñ editores ñ impresores ñ distribuidores - libreros ñ traductores (SORÁ, 2013, p.106).

Felipe Moisés fez um panorama da poesia contemporânea brasileira para o *Suplemento Literário de Minas Gerais* e reconheceu o notável crescimento da nossa produção poética nos últimos 10 ou 15 anos⁵ (MOISÉS, 2013, p. 30).

A todo momento surgem novos poetas, em quantidade nunca vista, o volume das edições de poesia supera, em larga escala, a média dos períodos anteriores, graças em parte à produção independente, dos poetas que se autoeditam, e às incontáveis pequenas editoras que se valem do estímulo da publicação sob demanda (MOISÉS, 2013, p. 30).

Em dezembro de 2015, o repórter Lucas Simões, do jornal *O Tempo*, entrevistou a presidente da Câmara Mineira do Livro (CML), Rosana Mont'Alverne, e pediu que ela avaliasse as produções regionais contemporâneas. Ela respondeu:

(...) hoje temos uma situação bem diferente da que tínhamos há dez, 15 anos atrás. E um dos principais pontos que precisamos ressaltar são as editoras. Das 77 editoras que estão presentes no Estado hoje, 56 estão instaladas em Belo Horizonte e esse número é crucial para as publicações que temos conseguido ter por ano, pelo menos na capital. Mas um fator importante tem sido as publicações independentes. As publicações autônomas nem sempre são contabilizadas como as de grandes editoras. Isso seria um baque no mercado (MONT'ALVERNE, 2015, p.5).

Nesse cenário, autores que também são editores deixam de ser casos isolados de pessoas que pretendem acelerar sua entrada no campo editorial ao pagar por ou executar a edição de seu livro. Eles se aproximam do lugar de editor de forma mais contundente, muitas vezes descobrindo o gosto pela arte de editar ao desenvolver suas próprias obras, quase sempre reinventando o fazer editorial e, dessa forma, reestruturando o campo editorial⁵.

Diante desse cenário, surgem algumas perguntas. Quem são os editores independentes de Belo Horizonte? Que tipo de obras eles publicam? Quais são os processos editoriais que conhecem, valorizam e empregam? Foi com a intenção de encontrar respostas a esses questionamentos que começamos esta pesquisa. Queríamos entender melhor o trabalho de autores e artistas que, movidos pelo desejo de ver seu trabalho materializado, assumiram o papel do editor – tendo ou não experiências anteriores com os processos de edição e de publicação de uma obra. Para fazer essa investigação, buscamos os publicadores que produzem e vendem suas obras na cidade de Belo Horizonte (Minas Gerais). Após um período de levantamento de dados e análise, concluímos que uma pesquisa cuja proposta é investigar o fazer desses publicadores deve ocorrer em um dos poucos locais em que eles se

⁵ Uma das consequências tangíveis desse movimento é o aumento do número de feiras de publicações independentes, observado no Brasil por Felipe Lindoso (2013), José de Souza Muniz Jr. (2016) e Joubert Amaral (2017).

reúnem: a feira de publicações. Nas palavras do pesquisador brasileiro José de Souza Muniz Jr.:

Um objeto privilegiado de observação para entender as mudanças e permanências desse debate [sobre dilemas e desafios de uma geração de publicadores para permanecer e se reinventar na nova realidade da produção editorial e na atual conjuntura brasileira] e dessas práticas editoriais ditas independentes são as inúmeras feiras de publicadores que têm acontecido em várias cidades brasileiras nos últimos dez anos (MUNIZ, 2017, p.2).

O estudo de Muniz Jr., que traça um panorama das feiras de publicações independentes, não deixa dúvidas de que a cidade de São Paulo tem uma história recente rica, mas ainda não houve estudo semelhante feito sobre as feiras desse tipo em Belo Horizonte, capital apontada pelo pesquisador americano Laurence Hallewell como promissor ãcentro editorial nacionalò (HALLEWELL, 2012, p. 686). A capital mineira tem uma história na publicação independente que, apesar de ainda não ter sido registrada em estudos formais, não deve ser desconsiderada, como aponta Juliane Matarelli:

Outro tema rico e carente de pesquisa e divulgação são as muitas publicações independentes que surgiram em Belo Horizonte e em outras cidades do estado mineiro, principalmente nas décadas de 1960 e 1970. Livros, revistas, fanzines e outras formas de publicação serviram de suporte para a efervescência criativa dos artistas dessa época (MATARELLI, 2011, p.21).

Não é possível ter uma compreensão aprofundada do trabalho desses autores e de seu impacto no campo editorial sem a compreensão do fenômeno editorial das feiras, que têm ocorrido com crescente frequência na cidade de Belo Horizonte. É dentro desse contexto, de uma capital com potencial de ãcentro editorial nacionalò e com histórico de publicação independente, que circunscrevemos nosso objeto dentro da cena belo-horizontina de feiras de publicações entre os anos de 2010 e 2018. Os objetivos da pesquisa foram mapear a rede de relações entre os campos editorial e artístico e o campo do poder que possibilitam a realização desses eventos e fazer um perfil de editores presentes nas feiras, além de investigar suas práticas editoriais.

A partir desses objetivos, fizemos uma revisão bibliográfica sobre campo editorial, produção independente e as figuras do autor e editor (Capítulo 1). Explicamos as metodologias usadas em detalhes no Capítulo 2. Elaboramos um panorama da cena de autopublicação de Belo Horizonte (Capítulo 3). Levando em consideração a limitação de tempo desta pesquisa, delimitamos a investigação a duas feiras de publicações independentes da capital mineira, a Faísca ã Mercado Gráfico e a Textura, dois espaços em que publicadores se encontram, trocam experiências, exibem e vendem seu trabalho. A partir desse recorte,

aplicamos questionário aos expositores de duas edições dessas feiras e o analisamos no Capítulo 4. Por fim, fizemos grupos focais com alguns expositores sobre suas práticas editoriais e as análises se encontram no Capítulo 5.

O foco desta pesquisa está na edição e não na criação – isso ocorre mesmo quando os processos são realizados pela mesma pessoa. Analisamos os processos de edição, distribuição, venda e criação de redes de relacionamento, não a criação artística ou o significado do texto. A escolha é explicada não por uma desvalorização da criação, mas pela visão de que, ao estudarmos publicação e os processos que a tornam possível, é preciso lançar o olhar para a edição. Sendo assim, tomamos como verdade a frase de Chartier: “Autores não descrevem livros, nem sequer seus próprios livros” (CHARTIER, 2014, p. 259). Ele faz referência ao universo de gente em cujas mãos passa o texto antes de ele ser publicado:

Essas importantes mudanças nos trazem de volta aos primeiros leitores de obras: tradutores que as interpretavam, carregando-as de seus próprios repertórios lexicais, estéticos e culturais, bem como dos de seu público; revisores, que fixavam o texto para prepará-lo para impressão, dividindo a cópia que recebiam em seções, acrescentando pontuação e estabelecendo a forma escrita das palavras; compositores ou tipógrafos, cujos hábitos e preferências, restrições e erros também contribuíam para a materialidade do texto; sem esquecer os copistas, que produziam cópias limpas dos manuscritos do autor, e os censores, que autorizavam a impressão do livro (CHARTIER, 2014, p. 12).

Antes de nos aprofundarmos na cena de feiras de publicações independentes de Belo Horizonte, resgataremos alguns conceitos e noções essenciais para a nossa pesquisa. No próximo capítulo, discutiremos sobre os conceitos de campo e capital, de Pierre Bourdieu (1996; 2004; 2005), e modos de produção, revisando observações e os modelos de Robert Darnton (1982; 2007), Thomas R. Adams e Nicholas Barker (1993 *apud* Darnton, 2007). Faremos também uma revisão bibliográfica sobre o termo “independente”, que vem sendo debatido por pesquisadores brasileiros e estrangeiros, entre eles Daniela Szpilbarg (s/d; 2012), Sorá (2013), Hernán López Winne e Víctor Malumián (2016), Magalí Rabasa (2016), José de Souza Muniz Jr. (2016; 2017) e Alice Bicalho de Oliveira (2017). Por fim, resgataremos a criação histórica das figuras do autor, a partir de pesquisas de Roger Chartier (1998a, 1998b), Michel Foucault (2009), Roland Barthes (2004), e do editor, observados por Chartier (1998a, 1998b), Aníbal Bragança (2005), Vilém Flusser (2010), Petter Ginna (2017) e Ana Elisa Ribeiro (2018).

CAPÍTULO 1 – O JOGO DA ACUMULAÇÃO

A entrada de um autor, ator, pintor, cineasta ou qualquer outro tipo de artista no campo artístico não é das tarefas mais fáceis. Para começar, as condições que o campo oferece são tão mal delimitadas que fazem jus às aspas colocadas na palavra. Para que um autor seja reconhecido, por exemplo, é preciso haver instâncias legitimadoras como academias de Letras, críticos de renome e outras figuras que podem laureá-lo, permitindo que ele assuma a posição que deseja. No caso do campo editorial, um mecanismo que permite a entrada de novos artistas são as feiras de publicações. Esses eventos possibilitam que autores e editores assumam uma posição legitimada em certos setores do campo ao criar e disponibilizar um espaço para circulação de publicações. É para entender melhor esse mecanismo que buscamos amparo teórico nas pesquisas do sociólogo francês Pierre Bourdieu (1996).

1.1 O campo editorial

Bourdieu (2004) narra a criação do conceito de campo em *Os usos sociais da ciência*. Segundo o autor, ela ocorre justamente em uma oposição a quem desconsidera o contexto do texto em seus estudos. Em outras palavras, o termo é criado em oposição à visão de quem considera não texto o alfa e o ômega, acreditando que nada mais há para ser conhecido, quer se trate de um texto filosófico, de um código jurídico ou de um poema, a não ser a letra do texto (BOURDIEU, 2004, p. 19). Para escapar de uma visão da ciência que foge de qualquer intervenção do mundo social, Bourdieu elabora a noção de campo, deixando claro que não basta referir-se ao conteúdo textual dessa produção, tampouco referir-se ao contexto social contentando-se em estabelecer uma relação direta entre o texto e o contexto (BOURDIEU, 2004, p. 20). Para o sociólogo, é preciso investigar as redes de relações que antecedem e que cercam a criação de forma a se ter uma compreensão aprofundada do todo: o campo.

Minha hipótese consiste em supor que, entre esses dois pólos [conteúdo textual e contexto social], muito distanciados, entre os quais se supõe, um pouco imprudentemente, que a ligação possa se fazer, existe um universo intermediário que chamo o *campo literário, artístico, jurídico ou científico*⁶, isto é, o universo no qual estão inseridos os agentes e as instituições que produzem, reproduzem ou difundem a arte, a literatura ou a ciência (BOURDIEU, 2004, p. 20).

⁶ Grifos do autor.

Em obras como *As regras da arte* (1996) e a já citada *Os usos sociais da ciência* (2004), Bourdieu discorre longamente sobre as muitas propriedades desses campos, em especial o artístico e o literário (ele se refere a eles como intercambiáveis), sobre os quais o primeiro livro é dedicado. A principal dessas características é o caráter de rede do campo artístico. É na disposição dos ocupantes de determinadas posições dentro do campo, nas relações entre esses agentes e nas tomadas de posições que são feitas que o campo existe.

A ciência da obra de arte tem então por objeto próprio a relação entre duas estruturas, a estrutura das relações objetivas entre as posições no campo de produção (e entre os produtores que as ocupam) e a estrutura das relações objetivas entre as tomadas de posição no espaço das obras (BOURDIEU, 1996, p. 264).

Segundo o autor, o campo artístico ainda é definido, entre outras características, pelos conflitos internos pela definição de suas fronteiras. Em outras palavras: pela legitimação de quem se encaixa no conjunto de parâmetros definidos por aqueles que detêm o monopólio do *poder de consagração*⁷ dos produtores e produtos (BOURDIEU, 1996, p.253) e pela exclusão de quem não se encaixa.

Apesar da haver uma luta pelo poder de definir fronteiras, o campo artístico também tem entre suas características um baixo grau de codificação, ao contrário, por exemplo, do campo acadêmico. Uma pessoa que deseja entrar no campo artístico pode fazê-lo sem que lhe sejam exigidos diplomas ou certificados, para seguir usando o exemplo do campo acadêmico. No entanto, a baixa codificação da entrada desse campo tem como efeito o fato de que os postos oferecidos são, por consequência, pouco delimitados e muitas vezes incapazes de manter, financeiramente, quem os assume. Os artistas não só podem assumir a função que consideram como principal com a condição de ter uma profissão secundária da qual tiram seu rendimento principal (BOURDIEU, 1996, p. 257).

A solução praticada pelo campo, e descrita por Bourdieu, para manter-se é um constante jogo de acumulação e troca de capital simbólico. Esse capital torna-se tanto a codificação necessária para entrar no campo como a moeda que suplanta o dinheiro dentro dele, uma vez que é ela (eventualmente aliada à nota propriamente dita) a importância usada em trocas dentro do campo artístico.

Há ainda, entre as muitas características listadas por Bourdieu, a questão da autonomia do campo. Com sua baixa codificação de entrada, envolvido em lutas pela definição de suas fronteiras e usando capital simbólico como moeda, o campo artístico só é capaz de sustentar a

⁷ Grifo do autor.

condição de artista dos menos abastados à medida que conquista autonomia em relação ao campo do poder.

O grau de autonomia de um campo de produção cultural revela-se no grau em que o princípio de hierarquização externa aí está subordinado ao princípio de hierarquização interna: quanto maior é a autonomia, mais a relação de forças simbólicas é favorável aos produtores mais independentes da demanda (BOURDIEU, 1996, p. 246).

A questão da autonomia no campo artístico, uma das primeiras a ser analisada pelo sociólogo no capítulo ãO ponto de vista do autor (em *As regras da arte*), é a última das características observadas neste texto por um bom motivo. Ao lado das lutas por definição e da baixa codificação que caracterizam o campo, o princípio da autonomia, como descrito por Bourdieu, explicita algumas das principais dificuldades enfrentadas por autores autopublicados e editores independentes ao editar, imprimir e circular obras. Sem um campo de produção cultural com alto grau de autonomia, o autor e/ou o editor que não têm laços com grandes instituições, que não têm um capital simbólico relevante e que não têm possibilidade de ocupar posições que os assegurem no campo não terão, por consequência, condições favoráveis de se manterem como agentes desse mesmo campo.

É importante diferenciar os três tipos de capitais desenvolvidos por Bourdieu que são usados ao longo desta pesquisa: ãO capital simbólico reside no controle de recursos simbólicos baseados sobre o conhecimento e o reconhecimento (BOURDIEU, 2005, p. 25); o capital financeiro é ão domínio direto ou indireto (por intermédio do acesso aos bancos) de recursos financeiros que são a condição principal (com o tempo) da acumulação e da conservação de todas as outras espécies de capital (BOURDIEU, 2005, p.25). E há o capital cultural, acumulado na educação e, segundo Bourdieu, detido por ãperitos, quadros de pessoal, engenheiro, jornalistas (BOURDIEU, 1996, p. 250), lembrando que o sociólogo destrincha outros tipos de capitais que não são citados neste estudo.

Voltando ao conceito de campo, esse fica ainda mais próximo do mercado editorial após a leitura de *Mercadores de Cultura*, de John B. Thompson. Na obra, ele defende quatro razões ãpelas quais o conceito de campo nos ajuda a compreender o mundo editorial (THOMPSON, 2013, p.10). A primeira é que o conceito nos ãpermite entender imediatamente que o mundo editorial não é único, mas uma pluralidade de campos, cada qual com suas características distintas (THOMPSON, 2013, p.10). Ele lista alguns desses campos: de publicações comerciais, de monografias acadêmicas, de publicações para o ensino superior, de publicações profissionais, de livros ilustrados de arte. A segunda é que o conceito ãnos obriga a olhar para além de firmas e organizações específicas e, em vez disso, nos faz pensar em

termos relacionais. A terceira razão é que o conceito de Bourdieu chama nossa atenção para o fato de que o poder de qualquer agente ou organização dentro do campo depende dos tipos e da quantidade de recursos ou *capital*⁸ que possui (THOMPSON, 2013, p.11). E, por fim, a quarta razão:

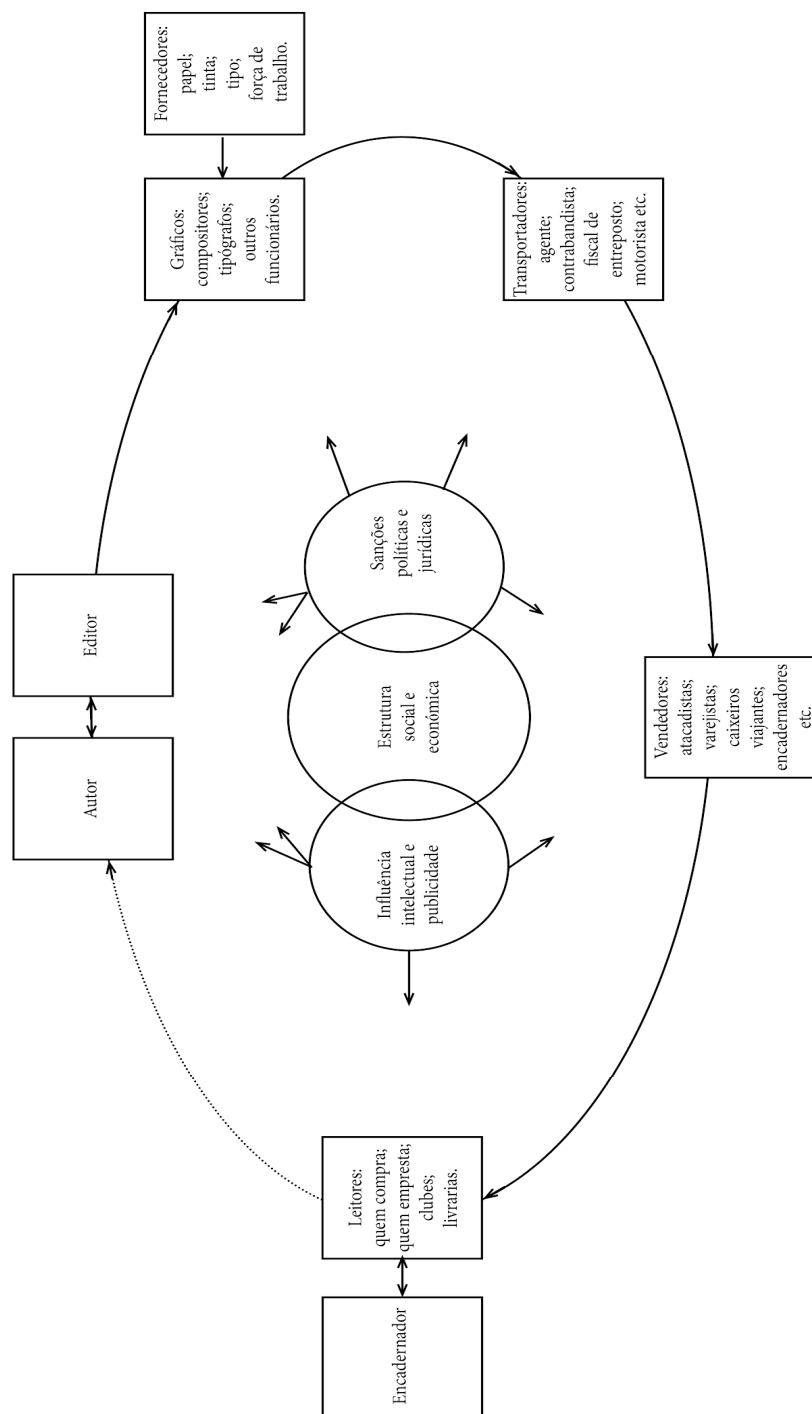
Defendo que cada campo editorial tem uma dinâmica distinta – o que chamo de *lógica do campo*. A lógica de um campo editorial é um conjunto de fatores que determinam as condições sob as quais agentes individuais e organizações podem participar do campo – ou seja, as condições sob as quais eles podem participar do jogo (e obter sucesso) (THOMPSON, 2013, p.17).

Ao fazermos a análise das feiras de publicações independentes, campo que não é citado por Thompson, mas também tem sua *lógica do campo* própria, levamos em conta, além do aspecto teórico do campo artístico e como ele se relaciona com o mercado editorial, o aspecto prático da produção editorial. Observamos que é a prática da atividade, com suas dificuldades e recompensas, que leva a decisões essenciais para a composição do atual panorama. O livro autopublicado existe desde o momento em que o conhecimento acumulado, as expressões artísticas e os ideais políticos e culturais começaram a ser registrados de modo a facilitar a circulação de ideias. E, desde a concepção desse conceito, há a dificuldade de circulação desse tipo de obra. Em *What is the History of Books* (1982), Robert Darnton apresenta seu famoso diagrama denominado *O circuito de comunicações*, o qual ele escreve⁹ sobre a publicação editorial de forma geral, de modo que estudiosos da área possam relacionar seu recorte do objeto ao processo como um todo.

⁸ Grifo do autor

⁹ O trecho está no texto de 1982. Posteriormente, em 2007, ele revisita o texto, recapitulando sua posição.

Diagrama 1: O circuito de comunicações



Fonte: DARNTON, 1982, p. 503 (tradução nossa)

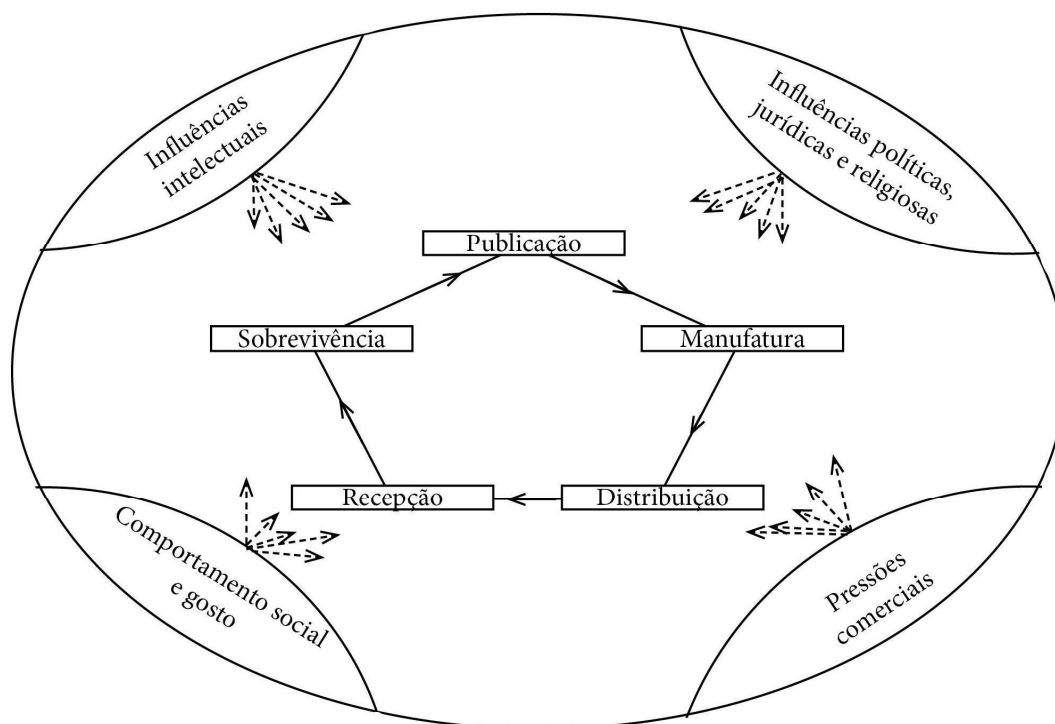
No artigo em que Darnton apresenta o circuito, ele frisa a importância de estudiosos do livro olharem para a rede que compõe o campo editorial de modo a evitar que a história do livro seja ñfragmentada em especializações esotéricas, mantidas distantes uma das outras por

técnicas arcanas e mal entendidos mútuos¹⁰ (DARNTON, 1982, p. 67). O historiador ainda explica que o objetivo é que a figura ajude a situar como

cada fase está relacionada a (1) outras atividades que uma pessoa determinada tenha feito em determinado ponto do circuito, (2) outras pessoas no mesmo ponto em outros circuitos, (3) outras pessoas em outros pontos do mesmo circuito, e (4) outros elementos na sociedade¹¹ (DARNTON, 1982, p. 67).

Em 2007, Darnton revisita o texto de 1982 e, apesar de observar que ainda havia uma tendência à especialização, reconhece as limitações de seu modelo e sugere o diagrama proposto por Thomas R. Adams e Nicholas Barker em *A new model for the study of the book* como *um dos melhores* entre aqueles que sucederam a publicação do seu circuito.

Diagrama 2: A conjuntura socioeconômica como um todo



Fonte: ADAMS; BARKER, 1993 apud DARNTON, 2007, p. 503 (tradução nossa)

Observamos que o caráter e o foco do modelo de Adams e Barker estão estampados em seu próprio título: *A conjuntura socioeconômica como um todo*. Entre os avanços da dupla, Darnton cita o fato de eles falarem de um *documento bibliográfico* em vez de um

¹⁰ Tradução nossa. No original: *fragmented into esoteric specializations, cut off from each other by arcane techniques and mutual misunderstanding* (DARNTON, 1982, p. 67)

¹¹ Tradução nossa. No original: *Each phase is related to (1) other activities that a given person has underway at a given point in the circuit, (2) other persons at the same point in other circuits, (3) other persons at other points in the same circuit, and (4) other elements in society* (DARNTON, 1982, p. 67)

livro, promovendo uma visão mais ampla da produção editorial, e o fato de promoverem uma mudança de foco dos agentes que fazem parte da produção editorial para os processos em si. Por fim, ele reconhece que a última caixa, *“sobrevivência”*, é uma *“melhoria significativa”* uma vez que reconhece o universo das *“novas edições, traduções e os mutáveis contextos tanto da leitura quanto da literatura em geral”*¹² (DARNTON, 2007, p. 504).

Consideramos, seguindo o exemplo de Bourdieu (1996), que o texto não está acima de intervenções do mundo social e das relações que o compõem, mas existe num campo que possui características que o influenciam. Levando-se em consideração essas características, é relevante, como aponta Thompson (2013), reconhecer que há uma pluralidade de campos editoriais, cada um distinto do outro. É no diagrama apresentado por Darnton (1982) e, especialmente, na versão de Adams e Barker (1993 apud Darnton, 2007), que vemos uma representação que, simplificada pela própria natureza da figura, consegue oferecer um panorama do que é necessário levar em consideração no estudo do livro.

1.2 O independente

Autor independente, editor independente, editora independente, feira de publicações independentes. O que significa ser independente¹³? Alguns termos abrigam tantos significados que acabam por ter suas margens desfocadas, passando a oferecer uma definição caracterizada pela inexactidão. Esse parece ser o caso da palavra *“independente”* usada, no campo editorial, para designar desde um autor autopublicado que distribui seus livros entre amigos até uma casa editorial de pequeno porte cujas edições já ganharam prêmios nacionais. Como duas práticas de natureza e alcances tão distintos encaixam-se na mesma definição?

Para refletirmos sobre essa questão, destacamos algumas vantagens para o autor que assume o lugar do marginal ou maldito no campo editorial. Segundo Bourdieu (1996, p. 246): *“quanto maior é a autonomia, mais a relação de forças simbólicas é favorável aos produtores mais independentes da demanda”*. Em um campo editorial estabelecido, aquele autor e/ou editora que se define como independente ou que declara ter algum nível de autonomia em relação à demanda está, de certa forma, declarando fazer uma arte mais *“pura”* em relação aos que agem em função da demanda. Assim, mesmo sem alcançar o *“sucesso”*, definido aqui no

¹² Tradução nossa. No original: *“new editions, translations, and the changing contexts both of reading and of literature in general.”* (DARNTON, 2007, p. 504)

¹³ Alguns autores fazem uso de aspas ao citar palavra *“independente”* como uma forma de explicitar que seu conceito é variável. Entendendo que o caráter indefinido do termo é sua principal definição, abriremos mão das aspas, abraçando, simbolicamente, as margens borradas desse termo. Apesar disso, manteremos as aspas em citações diretas de autores que as usam.

âmbito do lucro financeiro, o artista ainda pode declarar-se bem-sucedido na acumulação de um capital cultural ou simbólico.

O não-sucesso é em si ambíguo, já que pode ser percebido, seja como escolhido, seja como sofrido, e que os indícios do reconhecimento dos pares, que separa os ñartistas malditos dos ñartistas frustrados, são sempre incertos e ambíguos, tanto para os observadores como para os próprios artistas: os autores mais malsucedidos podem encontrar nessa indeterminação objetiva o meio de manter uma incerteza sobre seu próprio destino, auxiliados nisso por todos os apoios institucionais que a má-fé coletiva lhes assegura (BOURDIEU, 1996, p. 248).

Sendo assim, qualquer tentativa de precisar o termo esbarrará em lutas internas do campo editorial. Ressaltamos que o poder de definir as fronteiras de um campo também é o poder de legitimar ou não um agente dentro desse campo. É mudar as fronteiras do que é arte pura dentro de um campo, considerando não-autônomos artistas que se declaram independentes por terem liberdade de criação dentro de um projeto proposto por eles mesmos. Retornando às palavras de Bourdieu:

As lutas internas, especialmente as que opõem os defensores da ñarte pura aos defensores da ñarte burguesa ou ñcomercial e levam os primeiros a recusar aos segundos o próprio nome de escritor, tomam inevitavelmente a forma de conflitos de definição, no sentido próprio do termo: cada um visa impor os limites do campo mais favoráveis aos seus interesses ou, o que dá no mesmo, a definição das condições da vinculação verdadeira ao campo (ou dos títulos que dão direito à condição de escritor, de artista ou de cientista) que é a mais apropriada para o justificar por existir como existe (BOURDIEU, 1996, p.252-253).

Se trocarmos a palavra ñescritor, na terceira linha, pela palavra ñindependente, podemos vislumbrar como a própria busca por uma definição do termo é um movimento político que inclui e exclui, beneficia e prejudica. Ainda assim, há um movimento de discussão do termo e seus significados.

De forma geral, a busca pela definição do termo passa por uma necessidade de se fazerem recortes do campo editorial de forma que esses publicadores, tão difíceis de caracterizar como um grupo, possam ser estudados. É esse o caso da conceituação do livro mexicano *Independientes, ¿de qué?*, de Hernán López Winne e Víctor Malumián (2016):

[...] possivelmente por economia verbal ou por falta de um termo melhor, quando os meios de comunicação em massa falam de editores independentes, uma série de adjetivos vêm à mente do leitor, adjetivos difusos, mas que delimitam um ideário comum que essa categorização inclui ou exclui. Em uma observação mais minuciosa, aquilo que inclui o termo independente está cheio de exceções e contradições, e talvez por isso se torna tão difícil defini-lo com certeza. Existem tentativas de substituir essa fórmula: desde diversos subgrupos, as denominações são revitalizadas como editoras ñde fôlego, ñde poucos recursos, ñpequenas, ñautogestionadas, ñalternativas,

inipessoais e inicroeditoras, entre outros. Nenhum deles conseguiu quebrar as barreiras de endogamia do setor¹⁴ (LÓPEZ WINNE; MALUMIÁN, 2016, p.1).

A obra é sobre a prática da edição independente na América Latina¹⁵ e seus autores criam sua definição do termo a fim de possibilitar um recorte do campo. A dupla desenvolve um conceito, de forma a reduzir o número de editoras consideradas na pesquisa. Eles consideram independente a casa editorial que (1) tem um catálogo bem-delimitado e de qualidade; (2) tem cuidado com a diagramação do livro, prezando a informação; (3) tem cuidado com a impressão, fazendo da encadernação e do papel um ponto central de suas preocupações; (4) apresenta evolução editorial ao longo de quinze anos ou mais, transformando-se a partir dos desafios; (5) contribui para a bibliodiversidade, que não se resume a publicar obras já traduzidas ou editadas, mas busca novos livros; (6) contribui para a heterogeneidade geográfica, incentivando mercados que ainda não estão em ebulição na América Latina. Bem-delineada, a definição da dupla é funcional para seus propósitos, mas não conceitua, de fato, o termo, uma vez que inclui somente empresas, não faz menção à forma de financiamento e coloca questões subjetivas, como ãe qualidade, ãevolução editorial, ãcuidado com a diagramação, entre outros.

A pesquisadora brasileira Alice Bicalho de Oliveira (2017) busca delimitar o campo para esclarecer o conceito. Em seu artigo ãA independência é um modo de produção, a autora descarta uma definição relacionada à origem do capital e à estrutura financeira, acabando por traçar um paralelo com as vanguardas e as contraculturas, no sentido de que os produtores independentes são conhecidos por não apenas praticar um modo de fazer alternativo, mas refletir sobre seu modo de fazer no conteúdo. ãAqui ómodo de fazer e ó que fazer são elementos fundamentais para a compreensão do que pode ser ãindependente ou não (OLIVEIRA, 2017, p.81). Por fim, ela reconhece que a discussão em torno da definição do termo não pode circunscrever-se à mera limitação do que é ou não é independente, mas deve passar pela análise do contexto que provoca seu uso de forma tão difundida.

A proposta de atrelar a ideia de independência a estes pontos ã desvínculo da indústria do livro, independência ideológica e modos alternativos de produção ã é um ponto de

¹⁴ Tradução nossa. No original: ãQuizá por economía verbal o por falta de un mejor término, cuando en los medios masivos se habla de editoriales independiente una serie de adjetivos vienen a la mente del lector, adjetivos difusos pero que delimitan un ideario en común de lo que abarca o escapa a esa categorización. En una mirada más minuciosa, aquello que incluye el término independiente está plagado de excepciones y contradicciones, y tal vez por eso se torna tan difícil definirlo con certeza. Hay marcados intentos por reemplazar esa fórmula: desde diversos subgrupos se revitalizan denominaciones como editoriales ãa pulmón, ãe pocos recursos, ãpequeñas, ãautogestivas, ãalternativas, ãunipersonales y ãmicroeditoriales, entre otros. Ninguno de ellos ha logrado romper las barreras endogámicas del sector.ð

¹⁵ O foco são países em que é falada a língua espanhola.

partida para analisarmos uma enorme e variada gama de práticas que se propuseram independentes de algum contexto majoritário específico (OLIVEIRA, 2017, p.84).

Outra tentativa de delinear as margens desse conceito é a feita pelos pesquisadores argentinos Daniela Szpilbarg e Ezequiel A. Saferstein (2012), que analisam o termo a partir dos pontos a que o produtor independente se opõe. Em seu artigo *El espacio editorial independiente*, Szpilbarg e Saferstein apontam seis tipos de independência: (1) Independência em referência ao tamanho e à nacionalidade do capital econômico (SZPILBARG; SAFERSTEIN, 2012, p. 471); (2) Independência a determinada proposta cultural e estética (p.472); (3) Independência na organização de trabalho, referindo-se a editores informais (p.472); (4) Independência no processo de difusão, distribuição e comercialização (p.473); (5) Independência do Estado (p.474) e (6) Independência das corporações.

Szpilbarg ainda escreve que independente é uma marca de oposição ao que é consagrado comercialmente pela indústria editorial, ao circuito hegemônico de circulação literária. *Esses movimentos que se dão no interior do espaço editorial estão vinculados com processos sociais, econômicos e culturais mais amplos*¹⁶ (VANOLI; SAFERSTEIN, 2011 *apud* SZPILBARG, 2012, p.466).

Gustavo Sorá, outro pesquisador argentino, também observa o papel dos conglomerados na pesquisa do independente. Para ele, as tensões estruturais da sociedade podem ser vistas na dicotomia *grupos conglomerados* e *editores independentes*. *Ao redor disso se organiza um sistema de oposições complementares: transnacional e regional, uniformidade e diversidade, economia e cultura, global e local etc* (SORÁ, 2013, p. 105-106). Sem buscar definição para o termo *independente*, ele discorre brevemente sobre a edição independente, que ele identifica como um *fenômeno visível como signo dos mercados editoriais contemporâneos* [que se torna] palpável a partir de posicionamentos morais e de discursos políticos que confluem em posturas de resistência frente à concentração financeira dos conglomerados editoriais (SORÁ, 2013, p.122).

De todos os pesquisadores que abordaram a questão do independente, porém, nenhum fez uma pesquisa tão aprofundada em busca do significado do termo quanto José de Souza Muniz Jr. (2016). Em sua tese, *Girafas e bonsais: editores independentes na Argentina e no Brasil*, ele fez um esboço tipológico da produção independente nas feiras de publicações

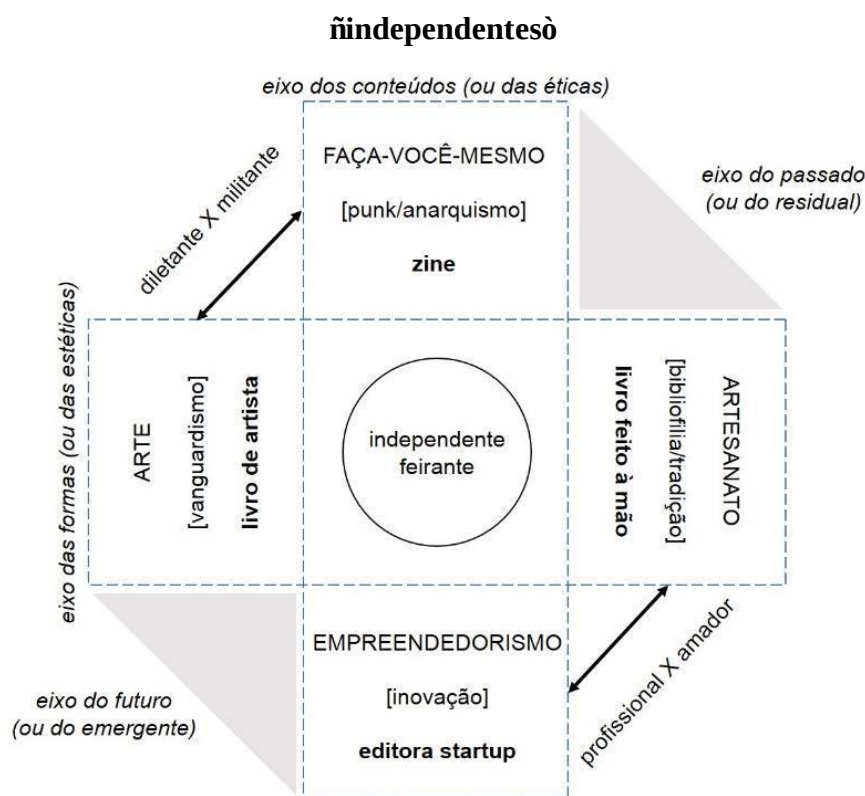
¹⁶ Tradução nossa. No original: *Estos movimientos que se dan en el interior del espacio editorial están vinculados con procesos sociales, económicos y culturales más amplios*. (VANOLI; SAFERSTEIN, 2011 *apud* SZPILBARG, 2012, p.466).

independentes de São Paulo e de Buenos Aires, escrevendo sobre o aumento do número de produtores simbólicos ditos independentes nas últimas décadas e como o adjetivo ganhou um caráter indefinido. Em sua empreitada, Muniz Jr. tomou ãanaliticamente as classificações operadas pelos agentes como fronteiras que eles bosquejam para fixar discontinuidades no espaço social que habitamò (MUNIZ JR., 2016, p. 269). E, explicando que o termo independente se recusa a ser conceituado, ele escreve:

pode-se dizer que não é sem dificuldades e tropeços que os usos da categoria ãindependenteò no espaço editorial ganham vigência e legitimidade. Uma das evidências mais concretas disso é que ela não logrou tornar-se objeto de consenso amplo ou duradouro, pelo menos nos casos argentino e brasileiro. A história de seu relativo êxito se sobrepõe à história de seu relativo fracasso, porque a cada nova elaboração e defesa política do termo aparecem, também, uma série de recusas e detrações (MUNIZ JR., 2016, p. 271).

Para Muniz Jr. o termo, além de escapar de definição, é ãponto de partida e não de chegadaò. Ainda assim, se ele não delimita o conceito, ele descreve o que é produzido sob a alcunha ãindependenteò e faz um esboço tipológico dos produtores editoriais e projetos expressivos presentes em feiras de publicações independentes, objeto de sua pesquisa. Ele separa os produtores em três categorias: (1) ãeditores em sentido estritoò, com ãaqueles projetos, estruturados como micro ou pequenas empresas, dedicados à produção de livros átradicionaisò (MUNIZ Jr., 2017, p. 10); (2) produtores limítrofes ãao universo do livro tradicionalò(p.10), composto por dois subgrupos: o dos zines, HQs e outros produtos ilustrados da cultura pop e o dos livros de artista, livros-objeto ou ãoutros artefatos visuais de papelò (p.10); (3) projetos que encaixam-se em uma definição ãbastante ampliada e lassa de ópublicadoresò, incluindo aí cartazes, folhetos, agendas, cadernos etc. Por fim, observando aproximações e distanciamentos entre esses produtores, Muniz Jr. cria uma figura que ãmostra algumas oposições e complementaridades dentre as muitas que organizam esse universoò.

Diagrama 3: Produtos editoriais e projetos expressivos nas feiras de publicações



Observamos um último estudo que, apesar de não tratar do termo *independente*, está intimamente relacionado à discussão. A pesquisadora mexicana radicada nos Estados Unidos Magalí Rabasa (2016) analisa, em *El libro en movimiento*, o mesmo tipo de produção citado pelos pesquisadores apresentados. Sem oferecer explicações, Rabasa dá preferência ao termo *autônomo* e foca no caráter de resistência e oposição ao mercado de feiras de publicações na Argentina, no Chile e em Nova York. Para Rabasa, o livro nesse contexto é dotado de movimento, ele *crece* e *florece* com seu movimento por redes de pessoas, ideias, objetos, espaços e territórios através do diálogo e da cooperação¹⁷ (RABASA, 2016, p. 7). Com isso em mente, ela fala de um livro orgânico (*libro orgánico*) e enumera *características* comuns entre os projetos editoriais que os produzem:

1. Um compromisso com a produção de livros de baixo custo; 2. Uma perspectiva autônoma (frente ao capitalismo, ao estado e à academia); 3. Uma práxis de autogestão; 4. O uso do espaço público para a distribuição; 5. Um compromisso com formas coletivas de organização; e 6. Participação em redes locais e translocais de escritores, editoras, leitores e movimentos. Em seu conjunto, essas características

¹⁷ Tradução nossa. No original: *crece y florece con su movimiento por redes de personas, ideas, objetos, espacios y territorios a través del diálogo y la cooperación.* (RABASA, 2016, p. 7)

posicionam o livro orgânico em uma relação antagônica ao capitalismo e à mercantilização do livro (e da vida!)¹⁸ (RABASA, 2016, p. 7).

O poder de definir as fronteiras de um campo também é o poder de legitimar ou não um agente. A própria busca por uma definição do termo independente é muitas vezes pautada por uma vontade não de entender as motivações e práticas de quem assim se declara, mas de determinar quem pode e quem não pode ser considerado independente. Levando em consideração as observações de Bourdieu (1996), Szpilbarg e Saferstein (2012), Sorá (2013), López Winne e Malumián (2016), Muniz Jr. (2016) e Oliveira (2017) e a dificuldade que esses pesquisadores apresentam em conceituar o termo e os potenciais ganhos em observar o que é feito pelos publicadores ditos independentes, como o faz Rabasa (2016), consideramos, para os fins desta pesquisa, que independente é todo aquele produtor que assim se declara.

1.3 O autor, o editor e o autor-editor

Nas nossas considerações iniciais, citamos um trecho escrito pelo pesquisador argentino Gustavo Sorá (2013) no qual ele aponta a cada vez mais popular prática de se acumular funções do fazer do livro em poucas pessoas – certamente menos gente do que era o costume numa época em que cada função exigia um conhecimento técnico extremamente específico, dificultando que uma pessoa conseguisse dominar os processos de toda a cadeia do livro. Podemos fazer observação semelhante à de Sorá sobre o acúmulo dos processos de edição e de publicação em uma única pessoa. Para entender melhor o que é não acumulado e como isso pode impactar o campo editorial, fazemos um resgate histórico e teórico da figura do autor, bem como da do editor. Atualmente, temos estudos acerca da figura e do lugar do autor, a exemplo de Roger Chartier (1998a, 1998b), Michel Foucault (2009), Roland Barthes (2004), e do editor, a exemplo de Vilém Flusser (2010), Aníbal Bragança (2005), Petter Ginna (2017) e, novamente, Chartier (1998a, 1998b).

Também traçamos uma aproximação entre esses conceitos de forma a compreender melhor o lugar ocupado pelos autores autopublicados presentes nas feiras estudadas. Para isso, faremos uma revisão dos estudos citados acima, traçando margens e interseções possíveis

¹⁸ Tradução Nossa. No original: ñ1. un compromiso con la producción de libros de bajo costo; 2. una perspectiva autónoma (frente al capitalismo, el Estado y la academia); 3. una praxis de autogestión; 4. el uso del espacio público para la distribución; 5. un compromiso con formas colectivas de organización; y 6. participación en redes locales y translocales de escritores, editoriales, lectores y movimientos. En su conjunto, estas características posicionan al libro orgánico en una relación antagónica al capitalismo y la mercantilización del libro (¡y de la vida!)ò (RABASA, 2016, p. 7).

entre as figuras do autor e do editor e, na sequência, traçaremos as ligações que julgamos serem cabíveis entre essas duas posições neste ponto de nossos estudos.

1.3.1 A figura do autor

Ao contrário do que se poderia imaginar observando o culto à figura do autor visto em lançamentos, feiras de livros, bienais e na imprensa em geral¹⁹, o surgimento da noção de autor é muito posterior ao surgimento do livro. As origens do livro estão submetidas ao contexto de invenção da escrita e à tentativa de se reunir o conhecimento de um povo em um suporte que fosse ñimortalõ ñ ao contrário das pessoas que proferiam textos decorados e não registrados, como aponta o historiador Steven Roger Fischer (2006, p.9), que faz um panorama detalhado do nascimento desse objeto em *História da leitura*. Observando essa linha do tempo, é possível enxergar a grande quantidade de mudanças e evoluções pelas quais o livro passou ao longo de sua história milenar, que envolve papiros, pergaminhos, rolos e códices antes de chegar ao capítulo mais conhecido da popularização da prensa de tipos móveis de Johann Gutenberg, em 1450, que levou a uma era de facilidade da reprodução e a um aumento da produção²⁰ (FISCHER, S.R., 2006, p.191). A obra de Fischer deixa claro que, ao longo de toda a sua história, o livro sempre foi mais do que um mero objeto de registro, sendo também o resultado de demandas políticas, sociais e econômicas.

Ao longo dessa história, também é possível observar algumas mudanças pelas quais passou a figura do autor. Ela começa no antiquíssimo autor oral, cuja autoridade é ñfixada pela cópia manuscrita e depois pela edição impressa, (CHARTIER, 1998b, p.25) e desenvolve-se ao longo de séculos antes que a pessoa que elaborou e escreveu o texto, o escritor, exerça a função de autor como a conhecemos no caso de autores literários atualmente. Ou, como descreve Chartier:

Para que exista autor são necessários critérios, noções, conceitos particulares. O inglês evidencia bem esta noção e distingue o *writer*, aquele que escreveu alguma coisa, e o *author*, aquele cujo nome próprio dá identidade e autoridade ao texto. O que se pode encontrar no francês antigo quando, em um *Dictionnaire* como o de Furetière, em 1690, distingue-se entre os "*ñécrivains*" e os "*ñauteurs*". O escritor (*ñcrivain*) é aquele que escreveu um texto que permanece manuscrito, sem circulação, enquanto o autor

¹⁹ Em entrevista a João Pombo Barile, Luis Augusto Fischer resume bem a situação: ñAs festas, como em geral as feiras, têm em vista circular o objeto livro. Algumas delas acrescentam interesse no conteúdo dos livros, mas em geral o interesse fica mesmo nos autores, vistos quase do mesmo jeito como são vistas as celebridades (FISCHER, L.A., 2015, p.14).

²⁰ Reconhecemos que Steven Roger Fischer considera superdimensionada a contribuição de Gutenberg, qualificada por ele como ño método mais eficiente (FISCHER, S.R., 2006, p.191), e frisa que o ñsurgimento da impressão em 1450 é explicado, em especial, pelas demandas expressas por uma robusta cultura letrada para assegurar e sustentar a produção em massa de livros impressos (FISCHER, S.R., 2006, p.191).

(*auteur*) é também qualificado como aquele que publicou obras impressas (CHARTIER, 1998b, p. 32).

O historiador francês dá embasamento histórico ao conceito de função-autor cunhado pelo filósofo francês Michel Foucault: a função autor é [...] característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade (FOUCAULT, 2009, p.274). Analisando o que ele declara ser um apagamento do autor, Foucault (2009) observa que não é em todo local ou qualquer situação que o escritor exerce a função de autor e faz um esforço para identificar os locais em que ela é praticada²¹. Chartier explica que a figura do autor como a conhecemos atualmente na literatura, com autoridade e responsabilidade sobre seu texto publicado, surge quando o escritor começa a ser penalizado por sua condição de *fauteur* (fomentador) ao divulgar seus escritos, em especial aqueles que o posicionavam em polos opostos às das autoridades.

[O autor] evocava, por exemplo, esses textos do início da era moderna que, por transgredirem a ortodoxia política ou religiosa, eram censurados e perseguidos. Para identificar e condenar aqueles que eram seus responsáveis, era necessário designá-los como autores (CHARTIER, 1998b, p. 34).

Uma vez designados autores pelas autoridades que pretendiam responsabilizá-los por suas transgressões no século XVI (CHARTIER, 1998b, p. 34), essas figuras passam por outra importante determinação externa no século XVIII, quando surge a noção do autor-proprietário. Até esse momento, e certamente nos séculos XVI e XVII, o autor é uma figura dependente do modelo de patrocínio, com suas proteções e gratificações. Além disso, a própria visão da composição literária como mercadoria encontrava resistência. Esses dois elementos contribuíam para que os autores não promovessem uma luta extremamente virulenta contra os livreiros-editores que compravam seus manuscritos para sempre (CHARTIER, 1998b, p. 61). É apenas no século XVIII que essa situação muda.

São os livreiros-editores que, para defender seus privilégios, seja no sistema corporativo inglês, seja no sistema estatal francês, inventam a idéia do autor-proprietário. O livreiro-editor tem interesse nisso, pois, se o autor se torna proprietário, o livreiro também se torna, uma vez que o manuscrito lhe fora cedido! (CHARTIER, 1998b, p. 61-62).

Esse histórico acerca da criação da figura do autor também é o ponto de partida de Michel Foucault (2009) ao observar as características do discurso portador de função-autor. A

²¹ Ele identifica quatro: nome do autor, relação da apropriação, relação de atribuição e posição do autor. (FOUCAULT, 2009)

primeira das quatro características que ele descreve é a apropriação do próprio texto como é descrita por Chartier (1998b):

Os textos, os livros, os discursos começaram a ter realmente autores (diferentes dos personagens míticos, diferentes das grandes figuras sacralizadas e sacralizantes) na medida em que o autor podia ser punido, ou seja, na medida em que os discursos podiam ser transgressores (FOUCAULT, 2009, p. 274-275).

A segunda característica observada pelo filósofo é o fato de a função do autor ser exercida somente em alguns discursos e não de maneira universal. Ele usa o exemplo dos textos científicos atuais, que são aceitos (na mídia em geral) sem a marca do nome do autor, um dos quatro locais em que a função-autor pode ser exercida. Já os textos literários atuais não são aceitos sem o nome do autor (FOUCAULT, 2009, p. 275). Foucault ainda observa, como terceira característica, que a função-autor não se forma espontaneamente como a atribuição de um discurso a um indivíduo. É o resultado de uma operação complexa que constrói um certo ser de razão que se chama de autor (FOUCAULT, 2009, p. 276).

A quarta característica do discurso portador de função-autor observada pelo filósofo é a pluralidade de egos. Das quatro características citadas, é esta a que ele mais detalha, citando os três tipos de egos que ele observa no texto: o existente no prefácio, que fala das circunstâncias de composição; o que fala no curso de uma demonstração e aparece nas palavras *jeu concluò*, *jeu suponhoò*; e o que fala para dizer o sentido do trabalho, os obstáculos encontrados, os resultados obtidos (FOUCAULT, 2009, p. 279). Para o filósofo, a função-autor dá lugar a esses três egos simultaneamente.

Portanto, o autor moderno, em especial o autor de criações culturais, objeto deste estudo, é uma construção de séculos. Ele parte do autor oral, ganha seu reconhecimento a partir de uma necessidade de as autoridades terem a quem punir por ideias às quais se opõe e obtém propriedade de sua própria obra a partir da necessidade de livreiros-editores de estabelecer que determinado manuscrito que lhe foi cedido é seu e não pode ser copiado sem a sua autorização. Esse autor moderno também tem sua existência como autor submetida a locais e situações específicos dentro de uma sociedade e contém uma pluralidade de egos. Ou, como coloca Roland Barthes:

O autor é uma personagem moderna, produzida sem dúvida por nossa sociedade na medida em que, ao sair da Idade Média, com o empirismo inglês, o racionalismo francês e a fé pessoal da Reforma, ela descobriu o prestígio do indivíduo ou, como se diz mais nobremente, da *ñ* pessoa humana. Então é lógico que, em matéria de literatura, seja o positivismo, resumo e ponto de chegada da ideologia capitalista, que tenha concedido a maior importância à *ñ* pessoa do autor. O *autor* ainda reina nos manuais de história literária, nas biografias de escritores, nas entrevistas dos

periódicos e na própria consciência dos literatos, ciosos por juntar, graças ao seu diário íntimo, a pessoa e a obra; a imagem da literatura que se pode encontrar na cultura corrente está tiranicamente centralizada no autor, sua pessoa, sua história, seus gostos, suas paixões [...] (BARTHES, 2004, p.58).

Após uma construção razoavelmente passiva e uma condição dependente de uma operação complexa (FOUCAULT, 2009, p.276), foi constituído o autor da forma como ele é visto desde o século XVIII: a figura central do livro, seu proprietário inicial, o responsável pelas palavras registradas. Ainda assim, ele depende da figura do editor e a relação entre essas duas figuras segue repleta de lutas pela palavra final na produção editorial.

1.3.2 A figura do editor

Na seção anterior, falamos do surgimento histórico da figura do autor, que é uma operação complexa. Já o trabalho do autor ou escritor como o conhecemos atualmente não é motivo de grandes polêmicas. Ele é o criador de um texto que será transformado em livro. É ele quem usa a palavra escrita para se expressar, criando uma testemunha imortal. Já o trabalho do editor não é tão facilmente descrito.

Dependendo da fonte em que se busca uma definição do fazer editorial, é possível encontrar abordagens mais teóricas ou mais pragmáticas. O pesquisador Peter Ginna, organizador do livro *What editors do*²² (2017), reuniu 26 artigos de profissionais da área. Cada um desses editores detalha o seu trabalho, que é sempre absolutamente diferente do descrito pelo colega. Da aquisição do original aos processos de edição, publicação e divulgação, há uma infinidade de tarefas do editor.

[...] o termo editor é enganoso, também. O que a palavra conota para a maioria das pessoas – corrigir e melhorar um texto de um autor – é somente uma parte do que editores de livros fazem. É uma parte grande, mas não é a pizza inteira. A origem latina de *editar*, *edere*, que significa trazer para fora ou colocar à frente é útil para expandir nossa compreensão desse papel. *Editores pegam o trabalho de autores e colocam perante leitores*. Outra palavra para essa atividade, obviamente, é publicar, e outro exemplo do nosso confuso vocabulário profissional é a sobreposição de “editar” e “publicar”. (Em algumas línguas, “editar” e “publicar” são a mesma palavra). Todo mundo na empresa editorial, do designer do site ao atendente do estoque, é por definição parte do processo²³ (GINNA, 2017, p.2-3).

²² *O que os editores fazem*, em português.

²³ Tradução nossa. No original: “[...] the title editor is misleading, too. What the word editing connotes to most people – correcting and improving an author’s text – is only a part of what book editors do. It’s a big slice of the pie, but far from the whole pizza. The Latin origin of *edit*, *edere*, meaning to bring out or to put forth usefully expands our understanding of the role. *Editors take the work of authors and put it before readers*. Another word for that activity, of course, is publishing, and another instance of our fuzzy professional vocabulary is the overlap of “editing” and “publishing”. (In some languages *editor* and *publisher* are the same

Vilém Flusser defende que a tarefa do editor é encontrar caminho para a impressão da maior parte dos textos (FLUSSER, 2010, p. 54). Ele ainda descreve a metafísica do ato da edição:

Em textos escritos, escritor e editor tramam para informar o leitor e para deixar-lhe uma impressão. Primeiro, a expressão do escritor; depois, a contrapressão do editor; em seguida, a impressão da gráfica; por último, a impressão sobre o leitor. Essa é a dinâmica textual de Gutenberg (FLUSSER, 2010, p. 55).

Entre as muitas tarefas do editor, a edição do texto é a mais lembrada, mas existe ao menos uma outra grande tarefa do editor, que, se não é esquecida, parece ser facilmente deixada de lado. Essa é a tarefa de conciliar forças e interesses de diversas posições do campo editorial a fim de garantir que a mensagem do autor encontre o seu leitor. É também do editor a tarefa de jogar o jogo bourdiano. Ou, como coloca o pesquisador brasileiro Aníbal Bragança:

São os editores, enfim, que decidem que textos vão ser transformados em livros. E, pensando em qual público a que devem servir, como serão feitos esses livros. Mesmo quando não é deles a iniciativa dos projetos, é deles que parte a direção a seguir. É neste lugar de decisão e de comando, e de criação, que está o coração do trabalho de editor. É também esse lugar que exige dele saberes específicos (selecionar, fabricar, distribuir), que o diferenciam dos demais agentes envolvidos no processo editorial, e lhe impõe responsabilidades únicas, profissionais, sociais, econômicas, financeiras, administrativas e mesmo (juntamente com os autores) judiciais. Funcionam, pois, os editores como um filtro no elo entre autor e leitor. Filtro que pode ser uma barreira intransponível entre um escritor, com um manuscrito, e um autor, e os leitores, mas que pode, também, ser a ponte entre um escritor inédito e um autor consagrado e lido (BRAGANÇA, 2005, p. 224).

Assim como o autor e o leitor, o editor existe desde a Antiguidade. Mas, assim como o autor moderno é uma construção histórica recente, do século XVIII, a figura do editor como o conhecemos atualmente também só foi cristalizada nos últimos séculos. Para Bragança, a história da criação do editor, em sentido pleno, surge no Ocidente quando Gutenberg cria a impressa mecânica [...], inaugurando a era de cópias múltiplas e idênticas de um original (BRAGANÇA, 2005, p. 225) e o trabalho do editor-impressor, ainda no século XV. Passando por mudanças ao longo dos séculos, a figura do editor passa por uma série de mudanças impulsionadas pela evolução do capitalismo europeu (BRAGANÇA, 2005, p.227) e adapta-se a grandes acontecimentos, como a criação do autor-fomentador do século XVI e do autor-proprietário no século XVIII. Mas a figura moderna do editor somente é consolidada no século XIX, como explica Chartier:

word.) Everyone in a publishing company, from the website designer to a picker in the warehouse, is by definition part of the process. (GINNA, 2017, p. 2-3)

Nos anos 1830, fixa-se a figura do editor que ainda conhecemos. Trata-se de uma profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até a sua distribuição. O editor pode possuir uma gráfica, mas isto não é necessário e, em todo caso, não é isto que fundamentalmente o define; ele pode também possuir uma livraria, mas tampouco é isso que o define em primeiro lugar (CHARTIER, 1998b, p. 50).

O historiador francês observa nessa data um ganho de autonomia por parte dos editores. Segundo ele, do século XVI ao XVIII a atividade editorial se organizava em torno da livraria, com a publicação de livros servindo como uma forma de manter a loja abastecida de material, ou da gráfica, com a publicação necessária para manter o negócio em funcionamento. É a partir do século XIX que a edição torna-se a preocupação principal dessa figura, chamada de *ñeditor-empresário* por Bragança (2005, p. 232). Também colabora com a cristalização do editor como figura intelectual a Revolução Industrial. *ñ*Criam-se novos tipos de caracteres e os aperfeiçoamentos no prelo e na fabricação de papel já antecipam a grande revolução mecânica que irá transformar o mundo da edição no início do século XIX (FEBVRE; MARTIN, 1992, p. 239 *apud* BRAGANÇA, 2005, p. 231).

Esse histórico leva à criação, no século XIX, da figura de um editor que exerce a atividade ao mesmo tempo intelectual e comercial *ñ*deste empreendedor singular que se vê também como um intelectual e cuja atividade se faz em igualdade com a dos autores; daí, aliás, suas relações frequentemente difíceis e tensas (CHARTIER, 1998b, p. 52-53). Giambattista Bodoni, Ambroise Firmin, Didot Louis Hachette, Pierre-Jules Hetzel e Pierre Larousse estão entre os editores memoráveis dessa época citados pelos pesquisadores Chartier (1998b, p. 50) e Bragança (2005, p. 231). Apesar da consolidação da figura do editor moderno a partir do trabalho desses editores do século XIX, a história do editor não termina aí.

O século XX prolonga, na sua primeira metade, o desenvolvimento da cultura impressa, sob a hegemonia do editor-empresário e das instituições escolares e culturais nacionais. Mas já começa a defrontar-se com a emergência da chamada cultura da imagem. O rápido desenvolvimento da indústria do cinema, que mobiliza multidões para suas sessões, cria sonhos e um panteão de novos deuses *ñ* atores e atrizes *ñ* do imaginário social, altera o cotidiano, modifica hábitos de consumo e revoluciona as outras artes (BRAGANÇA, 2005, p. 232-233).

As consequências desse cenário, segundo o pesquisador brasileiro, é uma busca por novas fórmulas editoriais como a publicação de coleções em formato de bolso, reduzindo custos e preços. Ele também observa o surgimento de vendedores ambulantes em *ñ*feiras e festas que reunissem as comunidades, igrejas etc, paralelamente ao surgimento de uma rede de estandes nas estações de trem ou nos lugares de passagem (BRAGANÇA, 2005, p. 233).

Para Chartier, as transformações do capitalismo editorial [...] originaram reagrupamentos, criaram empresas multimídia, de capital infinitamente mais variado e muito menos pessoal, e provocaram um certo enfraquecimento desse vínculo que unia a figura do editor e a atividade de edição (CHARTIER, 1998, p. 52-53). É o distanciamento do fazer editorial do século XIX e a aproximação a uma atividade editorial focada no negócio da edição ao estilo daquele descrito por John B. Thompson em *Mercadores de cultura*. Esse movimento leva ao surgimento de novos tipos de editores, como o editor-executivo e o editor-autônomo (BRAGANÇA, 2005, p.235), incluindo nesta lista uma intensificação do número de autores que decidem assumir o trabalho de edição de suas próprias obras.

1.3.3 O autor-editor

“Autores não escrevem livros, nem sequer seus próprios livros”²⁴
(CHARTIER, 2014, p.259).

As figuras do autor e do editor modernos se cristalizaram em séculos diferentes, mas basta uma pesquisa preliminar, como a que é feita neste estudo, para ficar claro que a própria existência de um é dependente do desenvolvimento do outro. Sem a figura do editor-impressor que busca propriedade sobre os textos que ele publicava não havia o autor-proprietário que vemos hoje. Sem autores que buscam uma vida de dedicação à escrita e ao trabalho intelectual não haveria necessidade para a contrapressão do editor como é descrita por Flusser (2010) ou dessa figura como uma conciliadora de forças, uma espécie de maestrina da publicação, buscando os leitores interessados naquela obra.

No entanto, essas duas figuras, o autor e o editor, só realizam seu propósito, a publicação, quando agem em conjunto. Isso ocorre mais comumente quando duas pessoas realizam um projeto, mas também ocorre quando uma pessoa assume ambas as tarefas, tornando-se um autor-editor. Apesar de não ser o mais comum dos últimos séculos, essa figura dupla, que assume tanto o papel do autor moderno quanto o do editor moderno, não é uma invenção recente. Chartier a registra no momento da criação da figura do autor, no século

²⁴ Temos uma preferência para a forma com que Chartier coloca essa observação, mas reconhecemos que ela é emprestada de Roger E. Stoddard, a quem o autor cita na introdução de *A ordem dos livros*: “Seja o que quer que façam, os autores não escrevem livros. Os livros não são absolutamente escritos. Eles são fabricados por copistas e outros artifícios, por operários e outros técnicos, por prensas e outras máquinas”. (STODDARD, 1987, p.2-14 apud CHARTIER, 1998a, p.17)

XVIII, quando ñvemos muito autores tentando transformar-se em seus próprios editoresò (CHARTIER, 1998b, p.65).

Esta primeira forma manifesta da presença do autor no livro [a escrita como uma invenção individual, como uma criação original] é acompanhada por outra menos visível para o leitor: o controle exercido pelo escritor sobre as formas de edição de seu texto. A edição de *Works*, de [William] Congreve, por Jacob Tonson, publicada em Londres em 1710, ilustra de maneira emblemática a intervenção do autor no processo de publicação de suas obras. Na ocasião dessa edição *in-octavo* de suas peças, que até então tinham sido impressas separadamente em *in-quarto*, Congreve dá novas formas aos seus textos, introduzindo uma divisão em cenas onde faltava e incorporando mais indicações cênicas no diálogo (CHARTIER, 1998a, p. 53-54).

O pesquisador alemão Reinhard Wittmann observa, também no século XVIII, o surgimento do ñescritor independenteò, que busca autonomia em suas criações e também um contato direto com seus leitores:

Ao mesmo tempo [em que o livro foi considerado como produto cultural] profissionalizou-se o papel do autor; na Alemanha surgiu o ñescritor independenteò que, por um lado, reclamava a autonomia de suas criações, por outro, tinha de submeter-se às leis da emergente circulação anônima de produtos. Essa necessidade de substituição no mercado, diante de um público anônimo, levou ao contato intensivo entre autor e leitor, a uma comunhão espiritual fomentada pelo livro (WITTMANN, 1999, p. 152).

Wittmann joga luz a outro ponto importante quando discutimos a figura do autor-editor: as motivações que levam um escritor a optar por esse caminho. De certa forma, a epígrafe desta seção resume bem o assunto: ñAutores não óscrevemô livros, nem sequer seus próprios livrosò (CHARTIER, 2014, p. 259). Fato é que escritores escrevem textos e editores editam livros, isto é, livros não são escritos. Seguindo essa lógica, autores só passam a existir após a publicação de sua obra. ñPara órigir-se como autorô escrever não é suficiente; é preciso mais, fazer circular as suas obras entre o público, por meio da impressãoò (CHARTIER, 1998a, p. 45). Para promover essa circulação, o escritor assume um caráter descrito por Chartier como ñdependente e reprimidoò (CHARTIER, 1998a, p. 35):

O autor, tal como ele faz a sua reaparição na história e na teoria literária, é, ao mesmo tempo, dependente e reprimido. Dependente: ele não é o mestre do sentido, e suas intenções expressas na produção do texto não se impõem necessariamente nem para aqueles que fazem desse texto um livro (livreiros-editores ou operários da impressão), nem para aqueles que dele se apropriam para a leitura. Reprimido: ele se submete às múltiplas determinações que organizam o espaço social da produção literária, ou que, mais comumente, delimitam as categorias e as experiências que são as próprias matrizes da escrita. (CHARTIER, 1998a, p. 35-36).

É numa tentativa de escapar, mesmo que parcialmente, dessa condição que alguns escritores buscam assumir tarefas que são historicamente ligadas ao editor. Chartier (1998b)

observa que entre os séculos XVI e XIX já existem ñautores mais sensíveis, mais abertos a esta óconsciência tipográfica do que outros: aqueles que jogam com as formas, aqueles que querem controlar a publicação impressa, que querem subvertê-la ou revolucioná-la (CHARTIER, 1998b, p. 72), como o faz William Congreve.

Podemos argumentar, inclusive, que a própria prática da edição, em especial a edição de texto, não é distante da prática da escrita. Enxergamos também aproximações entre a função-autor de Foucault e a tarefa do editor. Foucault observa quatro características da função-autor: nome do autor, relação da apropriação, relação de atribuição e posição do autor (FOUCAULT, 2009). Ora, numa perspectiva bourdiana, o nome e a posição do editor e da casa editorial também determinam os espaços ocupados por uma obra no campo. Além disso, a própria relação de apropriação e de atribuição do autor são historicamente iniciativas do editor, como discurremos nas seções anteriores deste texto.

Foucault também observa quatro características do discurso portador de função-autor. Analisando-as, é possível observar a marca do editor na ñoperação complexa que constrói um certo ser de razão que se chama de autor (FOUCAULT, 2009, p.276). Uma vez que é do editor a tarefa de colocar o texto diante do leitor, como apontam Ginna (2017), Flusser (2010) e Bragança (2005), não há motivo para se supor que essa operação complexa ocorra em sua ausência. Observamos a marca do editor também na pluralidade de egos, a quarta característica apontada por Foucault no discurso portador de função-autor. O próprio exemplo do filósofo francês, ño ego que fala no prefácio de um tratado de matemática, é uma referência ao paratexto, comumente responsabilidade do editor uma vez que faz parte do processo de transformação do texto em livro, e não ao texto, domínio do autor.

Olhando por essa perspectiva, fica claro que autor e editor não são, simplesmente, duas figuras que trabalham juntas, mas posições que se sobrepõem constantemente num jogo de forças bem-descrito por Flusser (2010) como ñdinâmica textual de Gutenberg. O fato é que o processo de edição cria uma distância entre o texto, trabalho do autor, e o livro, fruto da edição. Nesse cenário, assumir-se autor-editor é uma possibilidade de se reaproximar de seu trabalho como responsável pelos processos editoriais que, invisíveis à maioria dos leitores, determinam os caminhos de uma obra pelo campo (incluindo aí a distribuição, em si determinada pelas posições, tomadas de posições e disposições do autor-editor, por exemplo).

O autor-editor existe há séculos. O que vemos hoje, como aponta Sorá (2013), é uma figura que estava às margens do campo editorial ocupando uma posição mais central graças à crescente facilidade de publicação impressa e digital, ambas impulsionadas pelo rápido

desenvolvimento tecnológico das últimas décadas²⁵. Ou, como coloca a pesquisadora Ana Elisa Ribeiro:

É fato que tecnologias, inovações e transformações perturbam modos de fazer e modos de usar, como se pode perceber quanto ao livro impresso e ao digital. Mais uma vez, na história de longa duração do livro, efervesce um debate sobre quem são as personagens atuantes neste campo, assim como sobre o que são e como se usam os objetos resultantes dos processos de edição e impressão ou mesmo o que seja a publicação de uma obra, em tempos de redes sociais e baixas tiragens (RIBEIRO, 2018, s/p).

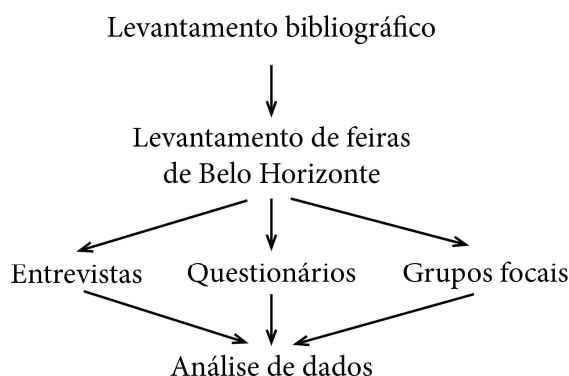
Se o lugar do editor é de contrapressão do texto, como indica Flusser (2010), e de conciliar forças, como aponta Bourdieu (1996), é preciso analisar a interpretação do papel do editor do ponto de vista de autores que se autoeditam. Isso é importante para entender a distância entre a tarefa do editor como ela é vista por editores profissionais e como é vista pelos escritores que assumem para si esse trabalho. Autores e editores têm, historicamente e atualmente, um relacionamento conturbado. Cada decisão acerca do livro é fruto de uma luta pelo poder de definição do que determinada obra será, que depende dos conhecimentos do autor e do editor acerca de cada tema.

²⁵ Ver ARAÚJO, 2013.

CAPÍTULO 2 i A INVESTIGAÇÃO: DESENHO METODOLÓGICO

A partir da revisão teórica e da literatura crítica feita no Capítulo 1, desenvolvemos um desenho metodológico para investigar os publicadores independentes, que pode ser representado pela figura:

Figura 1: Metodologias usadas na pesquisa



(Fonte: Elaborado pela autora)

Além do estudo bibliográfico apresentado no Capítulo 1, há uma revisão da história política do país em relação ao livro, apresentada no Capítulo 3. Nestas etapas, levantamos referências teóricas e lemos o material relevante encontrado que pudesse balizar os questionamentos suscitados na investigação e ajudar a compreensão dos resultados encontrados. A pesquisa bibliográfica se deu em livros publicados sobre os temas referentes ao projeto, na análise de dissertações e teses publicadas na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e na análise de artigos publicados nos anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), além de outras fontes.

Em seguida, foi feito aquele que é o foco da segunda parte do Capítulo 4, o levantamento das feiras de publicações independentes que ocorreram em Belo Horizonte a partir de 2010. A busca pela história das feiras independentes de Belo Horizonte foi um esforço de pesquisa em arquivos de jornais, em mecanismos de busca online e em sites de jornais. Procuramos, no jornal diário *O Tempo* e no jornal literário *Suplemento Literário de Minas Gerais*, registros de uso dos termos *ñfeiraò*, *ñindependenteò* e *ñpublicações independentesò*. Seguimos com a pesquisa no buscador online Google e na rede social Facebook de forma a encontrar e confirmar eventos desse tipo realizados na cidade. Por fim,

realizamos entrevistas com organizadores desses eventos de forma a aprofundar e contextualizar os resultados encontrados.

Quadro 1: Entrevistas

Entrevistado	Data	Método
Helen Murta e João, organizadores da Faísca	04/10/2017	Presencial
Helen Murta, organizadora da Faísca	22/11/2017	E-mail
Elza Silveira, Wallison Gontijo e Lucas Brandão, organizadores da Textura	22/11/2017	Presencial
Afonso Andrade, organizador do FIQ	29/01/2018	Presencial
João Perdigão, organizador da feira Vendendo Peixe, entre outras	26/06/2018	Presencial
Ana Rocha, organizadora da Feira Gráfica, entre outras	03/09/2018	WhatsApp ²⁶

Fonte: Elaborado pela autora.

Foi a partir dessas informações que fizemos o recorte do objeto. As feiras selecionadas foram a Faísca e Mercado Gráfico e a Textura. A escolha foi feita a partir da análise do Quadro 4 (CAPÍTULO 3). Em um cenário em que várias das feiras mais antigas do circuito deixavam de ocorrer, optamos por fazer a investigação dos eventos que consideramos ser os mais frequentes no calendário da cidade. A Faísca e Mercado Gráfico é uma feira de publicações independentes belo-horizontina que ocorre desde 2015. Ela foi criada pelo artista gráfico João e pela produtora cultural Helen Murta, que se inspiraram no Festival Internacional de Quadrinhos. Definida por seus criadores como um panorama das publicações independentes de Belo Horizonte, a feira recebe, a cada edição, até 70 expositores para a exibição e venda do material publicado de forma autônoma (e muitas vezes artesanal). A feira ocorre, na maior parte das vezes, no BDMG Cultural.

²⁶ A entrevistada não pôde comparecer a um encontro presencial e pediu para responder às perguntas dessa forma.

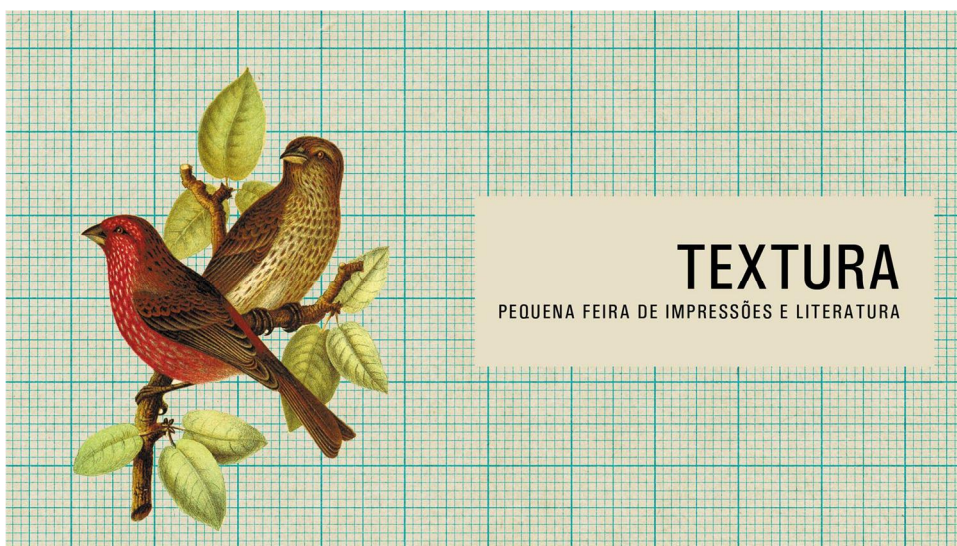
Figura 2: Marca da Faísca (2015 a 2017)



Fonte: Faísca/Facebook

A Textura é uma feira de publicações independentes que ocorre em Belo Horizonte desde março de 2017. Sem periodicidade definida, a Textura foi idealizada por Lucas Brandão, proprietário do Agosto Butiquim, e Elza Silveira e Wallison Gontijo, proprietários da Impressões de Minas Editora. Definida por seus idealizadores como ãpequena feira de impressões e literaturaò, a Textura tem seu foco na literatura e na materialização do texto usando práticas artesanais. A feira recebe até 20 expositores a cada edição e ocorre no Agosto Butiquim, ocupando também a calçada em frente ao estabelecimento.

Figura 3: Marca da Textura (março 2017)



Fonte: Textura/Facebook

A etapa seguinte ocorreu em campo. Para responder à pergunta “quem são os editores independentes presentes nas feiras de publicações de Belo Horizonte?” optamos por aplicar um questionário semiestruturado durante edições das feiras Faísca e Textura. Elaboramos uma primeira versão desse questionário e o aplicamos aos expositores presentes na edição da Faísca ocorrida em 19 de agosto de 2017, a título de teste. O questionário piloto foi aplicado a nove expositores da feira, entre mais de cinquenta. Os resultados do questionário piloto foram: predominância do sexo masculino (66,7%) e de expositores com menos de 29 anos (66,7%). A maioria (66,6%) identificou-se como negro ou pardo, e mora em Belo Horizonte. A grande maioria (88,8%) estava cursando ou já havia cursado ensino superior, mas 55,6% nunca haviam feito um curso específico em edição. Ainda vale ressaltar que 100% dos expositores eram autores dos trabalhos apresentados, mas 12,5% deles não se identificaram como editores do produto. O número de trabalhos que cada expositor vendia era superior a cinco em 66,7% dos casos e 87,5% deles vendia, exclusivamente, produções próprias. Ainda perguntamos sobre o custo das produções. O custo total do projeto (toda a tiragem) ficou em até R\$100 para 44,4% deles e em até R\$ 1.000 para 77,7%. As tiragens foram de 50 exemplares para 55,6% deles. Somente 22,2% imprimiu mais de 500 exemplares. Além disso, 88,8% dos expositores vendia seu produto a menos de R\$ 30. Os resultados completos desse questionário estão disponíveis no Apêndice 1.

A partir de observações e conversas com os editores, o questionário foi readequado para a versão que constitui o Apêndice 2 desta dissertação e foi respondido por 81 expositores, considerando ambas as feiras.

Quadro 2: Feiras em que o questionário foi aplicado

Nome da feira	Organizadores	Primeira edição	Edição em que o questionário foi aplicado		
			Data	Expositores anunciados	Respostas ao questionário
Faísca	Jão e Helen Murta	20/06/2015	18/11/2017	70	62
Textura	Wallison Gontijo, Elza Silveira e Lucas Brandão	11/03/2017	16/12/2017	22	19

Fonte: Elaborado pela autora.

A versão do questionário usada na pesquisa tem um convite para que os expositores escolham uma “publicação principal” entre as obras que eles haviam levado para a feira e, a

partir daí, respondam a algumas questões mais aprofundadas sobre essa única publicação. O objetivo de elencar uma obra acima de outras era determinar um perfil editorial do expositor e obter dados mais específicos sobre investimento, preço de venda e tiragem das obras. A primeira pergunta dessa linha de questionamento pedia que o expositor identificasse sua publicação como sendo de Letras (literatura, quadrinhos, zine, livro de artista, revista etc), Design (arte digital, fotografia, ilustração, papelaria etc) ou Outro.

A necessidade de propor essa questão surgiu, em parte, da leitura do trabalho do pesquisador José de Souza Muniz Jr., que fez um esboço tipológico dos produtores editoriais e projetos expressivos presentes em feiras de publicações independentes, objeto de sua pesquisa. Ele separa os produtores em três categorias: (1) editores em sentido estrito, com aqueles projetos, estruturados como micro ou pequenas empresas, dedicados à produção de livros tradicionais (MUNIZ Jr., 2017, p. 10); (2) produtores limítrofes ao universo do livro tradicional (p.10), composto por dois subgrupos: o dos zines, HQs e outros produtos ilustrados da cultura pop e o dos livros de artista, livros-objeto ou outros artefatos visuais de papel (p.10); (3) projetos que encaixam-se em uma definição bastante ampliada e larga de publicadores, incluindo aí cartazes, folhetos, agendas, cadernos etc. Observando aproximações e distanciamentos entre esses produtores, ele cria uma figura que mostra algumas oposições e complementaridades dentro das muitas que organizam esse universo. Durante a aplicação do questionário piloto, ficou claro que a divisão proposta pelo pesquisador não se encaixava às práticas das feiras estudadas. Cada banca oferecia uma multiplicidade de materiais e não era raro observarmos produtos das três categorias sendo vendidos por uma única pessoa, que havia criado e publicado todos eles.

O segundo motivo pelo qual propusemos a divisão (ou pelo qual mantivemos algum tipo de divisão) foi a observação, durante a aplicação piloto, de que algumas das perguntas fariam sentido para o expositor de uma área, mas não para o de outra, a exemplo da questão da correção ortográfica. Ela é literalmente impossível de ser aplicada a um publicador que trabalha com fotografia e, assim, os resultados do teste foram comprometidos, mostrando uma baixa porcentagem de editores que se preocupavam com a revisão textual. A questão acabou se revelando útil, também, para caracterizar as feiras estudadas, o que será aprofundado no Capítulo 4. Os dados coletados foram analisados por meio do software IBM SPSS, de acordo com orientação do professor doutor Rui Brites, do Instituto Superior de Economia e Gestão, em Portugal, e da doutora em Estudos de Linguagens pelo CEFET-MG Liliane Oliveira.

Além das perguntas fechadas, cujos resultados são analisados no capítulo 5, foram propostas algumas questões abertas no questionário, a partir das quais procurávamos entender melhor a posição dos expositores sobre dois temas: o que eles queriam dizer quando se declaravam independentes e quais eram os processos considerados essenciais no momento da publicação. Esses dados qualitativos foram analisados segundo a orientação de Laurence Bardin no livro *Análise de conteúdo* (2016). Após a aplicação dos questionários e da avaliação preliminar dos resultados, entendemos que o momento da feira não era propício para reflexões aprofundadas e optamos por dar sequência à investigação em grupos focais. Usamos como referência para esses grupos focais as observações e as notas publicadas por Luciana Kind (2004) sobre o tema em *Notas para o trabalho com a técnica de grupos focais*.

Os grupos focais utilizam a interação grupal para produzir dados e insights que seriam dificilmente conseguidos fora do grupo. Os dados obtidos, então, levam em conta o processo do grupo, tomados como maior do que a soma das opiniões, sentimentos e pontos de vista individuais em jogo. A despeito disso, o grupo focal conserva o caráter de técnica de coleta de dados, adequado, a priori, para investigações qualitativas (KIND, 2004, p. 125).

Esse tipo de metodologia de pesquisa reúne pessoas para que discutam uma questão proposta pelo mediador em grupo. O objetivo é promover a interação de forma a fomentar reflexões e incitar manifestações de opiniões contrárias. Observando a diferença no discurso de publicadores que trabalhavam primariamente com a publicação de imagem ou de verbo, dividimos os autores-editores em três grupos focais, um para edição verbal, um para edição imagética e o terceiro reunindo os dois tipos de edição, que chamaremos de *edição geral*. Ao todo, 20 expositores de ambas as feiras participaram dos grupos.

O primeiro grupo focal realizado teve a temática da edição imagética e ocorreu em 14 de abril de 2018 com oito participantes: Alexandre Júnior (ilustrador), Samuel Wenceslau (Studiolo Gráfico), Camila Barone (Entrelinha Papelaria), Guilherme Bergamini (fotógrafo), Gustavo Machado (Estúdio Borda), Érico Ricardo (Estúdio Borda), Eduardo de Lapouble (Memoro Ateliê) e Ana Marta Coutinho (Estúdio 739). Juçara Valentino fez a observação e Flávia Denise Pires de Magalhães fez a mediação. Suas publicações são das áreas de fotografia, design, artes plásticas, quadrinhos e encadernação.

O segundo grupo focal realizado foi o de edição geral, realizado em 16 de junho de 2018 com cinco participantes: Camila Morais (Cas'a Edições), Lucas Maroca de Castro (Crivo editora), João Perdigão (revista *A Zica*), Rebeca Prado (quadrinista), Régis Luiz (estúdio Black Ink). João Renato Amaral de Faria fez a observação e Flávia Denise Pires de Magalhães

fez a mediação. Suas publicações são das áreas de prosa, poesia, quadrinhos, jornalismo e artes visuais.

O terceiro grupo focal, com a temática da edição verbal, foi realizado em 21 de agosto de 2018 com sete participantes: Participaram os publicadores Iago Passos (escritor), Maraíza Labanca (Cas'a edições), Poliana Guimarães (Cérbero), Igor Britto (Ser Noura), Gabriela Estanislau (escritora), Diogo da Costa Rufatto (escritor) e Laetitia Valadares (revista Æ). Flávia Denise Pires de Magalhães fez a mediação. Suas publicações são das áreas de poesia, prosa, edição de livros, revistas e fanzines.

Quadro 3: Grupos focais

Grupo focal	Mediação	Observação	Data	Convidados	Participantes
Edição verbal	Flávia Denise Pires de Magalhães	Juçara Valentino	14/4/2018	13	8
Edição geral	Flávia Denise Pires de Magalhães	João Renato Faria	16/6/2018	13	5
Edição imagética	Flávia Denise Pires de Magalhães	--	21/08/2018	13	7

Fonte: Elaborado pela autora.

As feiras de publicações estudadas são lugares que podem ser caracterizados pela diversidade. A cada banca visitada e a cada expositor que respondeu ao questionário, percebemos que as práticas editoriais eram tão variadas quanto o número de indivíduos presentes. Ainda assim, é possível identificar alguns pontos em comum entre esses autores-editores e publicadores, como apontaremos no Capítulo 4 (sobre a origem e organização da Faísca e da Textura, bem como sobre os editores que frequentam as feiras) e no Capítulo 5 (sobre as semelhanças nas ideologias e nas práticas dos expositores).

O capítulo 4 é dividido em três seções: Faísca e Mercado Gráfico (4.1), Textura (4.2) e Os editores nas feiras: análise quantitativa (4.3). Já o capítulo 5 é dividido em cinco seções: a questão da independência (5.1), a construção de uma rede (5.2), a questão da distribuição (5.3), a figura do editor (5.4) e processos editoriais (2.5). Esses núcleos foram identificados de três formas: (1) a partir da análise das feiras à luz da fundamentação teórica do capítulo 2, caso da questão da independência e da figura do editor; (2) a partir da orientação da banca de

qualificação²⁷ desta dissertação, caso da construção de uma rede; e (3) a partir de perguntas que inspiraram este projeto, caso da questão da distribuição e processos editoriais. Parte da análise feita no capítulo 6 é baseada nas respostas aos questionários aplicados na Faísca e na Textura em 2017 (a questão da independência e parte de processos editoriais). A outra parte é baseada nos grupos focais realizados ao longo de 2018. Optamos por reunir essas análises qualitativas no capítulo 5, deixando a análise quantitativa no capítulo 4, para facilitar a compreensão geral das conclusões desta pesquisa. Por fim, fizemos uma análise de todos os dados suscitados nesta investigação à luz de autores que dialogam com o tema, cujos trabalhos foram levantados e lidos e cujas conclusões estão ao longo desta dissertação.

²⁷ Realizada em 5 de março de 2018, composta pelos professores doutores Ana Elisa Ribeiro, Luiz Henrique S. Oliveira e Paula Renata Melo Moreira e pela dra. Daniela Szpilbarg.

CAPÍTULO 3 – A POLÍTICA E O LIVRO NO BRASIL

Como fazer um livro alcançar o leitor? A capacidade de responder a essa pergunta tem sido essencial para o sucesso de editores desde o primeiro momento em que essas figuras surgiram. Ao longo dos últimos séculos diversos métodos foram desenvolvidos e são usados até os dias atuais. Há a própria livraria, comércio que inspira o aparecimento de editores-livreiros do século XVIII à atualidade; a distribuição pelos Correios, narrada com detalhes e com frequência nos livros do historiador americano Robert Darnton (1987) sobre o Antigo Regime francês e ainda usada para a distribuição atualmente; e a feira de livros, cuja encarnação mais antiga, a Feira do Livro de Frankfurt, ocorre há mais de 500 anos, tendo começado em 1454, logo após a invenção e popularização da prensa de tipos móveis por Johannes Gutenberg.

A chegada da feira do livro no Brasil e suas circunstâncias têm sido documentadas por alguns pesquisadores brasileiros e estrangeiros. Em *O Livro no Brasil*, referência no estudo sobre o livro no país, o americano Laurence Hallewell parece entender feiras e feiras como parte de um mesmo circuito e escreve brevemente sobre ambos. No que diz respeito às feiras, ele cita as Bienais do Livro do Rio e de São Paulo, chamando a atenção para o grande espaço físico ocupado pela edição de São Paulo (11 mil m²) e do Rio (6.500 m²). Ele ainda cita as edições de 2001 e 2002 da Primavera dos Livros, para editoras de pequeno e médio porte, as quais passavam praticamente despercebidas nas grandes bienais, onde o volume dos eventos paralelos desvia a atenção dos visitantes (HALLEWELL, 2012, p.827). Por fim, ele menciona as feiras do livro, muitas delas instaladas ao ar livre e promovidas, em sua maioria, pelas associações estaduais de editoras e denuncia que são utilizadas principalmente pelos livreiros para vender seu estoque com grandes descontos e para atrair o grande público, além dos frequentadores tradicionais de livrarias (HALLEWELL, 2012, p.827). A única citada pelo nome, e considerada a principal de todas as feiras entre as ocorridas nas cidades Belo Horizonte, Brasília, Florianópolis, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e Porto Alegre, é a Feira do Livro de Porto Alegre, realizada pela primeira vez em 1955.

Para compreendermos a chegada da feira do livro ao país de forma mais aprofundada, no entanto, é preciso contextualizar a dependência histórica da cadeia do livro ao governo brasileiro. Da suspensão da proibição da impressão no Brasil com a chegada da família real (BRAGANÇA, 2002) ao modelo atual de patrocínio de feiras do livro, o mercado do livro brasileiro está intimamente ligado a políticas públicas de incentivo à circulação do livro.

A história oficial da publicação editorial no Brasil começa em 1808, com a liberação da impressão nacional graças à fuga da família real portuguesa de seu país, acompanhada de uma oficina completa de impressão, para exilar-se na terra que, na época, era sua colônia. Aníbal Bragança (2002) classifica o momento da criação da Imprensa Régia como ãde enorme importância histórica, no campo cultural e político e mesmo no técnico e detalha: ãVinham também mestres impressores que haviam participado de um empreendimento gráfico e editorial na Metrópole (BRAGANÇA, 2002, p. 9-10).

Apesar da versão oficial, fato é que a história da publicação editorial nacional teve um começo anterior. Bragança resgata, como o primeiro exemplo, o trabalho do mineiro Frei Mariano da Conceição Veloso, que, em 1796, após passar uma temporada em Portugal de forma a ãcriar uma rede de tipografias disponíveis (BRAGANÇA, 2002, p. 10), é convidado pelo ministro da Marinha, D. Rodrigo de Sousa Coutinho, a ãajuntar e trasladar em português todas as memórias estrangeiras que fossem convenientes aos Estabelecimentos do Brasil (BRAGANÇA, 2002, p. 10). Posteriormente, ele abre a casa tipográfica Arco do Cego em Lisboa, que funcionou de 1799 a 1801. Apesar do endereço europeu da tipografia, seus clientes eram, majoritariamente, brasileiros.

Pode perceber-se que, como ocorreu com a imprensa periódica brasileira, que teve o seu início fora do Brasil com o *Correio Braziliense*, de Hipólito José da Costa, publicado em Londres, na Inglaterra, também a nossa imprensa de livros terá tido seu marco inicial ainda em Portugal na tipografia do Arco do Cego (BRAGANÇA, 2002, p. 11).

Os primeiros cem anos do mercado editorial brasileiro foram salpicados por outras iniciativas editoriais, mas não há fartura de material que as registre. O pesquisador britânico naturalizado brasileiro John Milton (2010) relaciona a expansão do número de editoras e publicações nacionais na década de 1930 com a situação política e econômica do país. Para Milton, o crescimento da indústria do livro nessa época é explicado a partir da observação da queda da Bolsa de Nova York, em 1929. Até esse momento, o país focava seus esforços econômicos unicamente na exportação, com foco no café. Assim, ãpara manter os mercados abertos ao café brasileiro, os impostos para os bens industrializados que vinham ao Brasil eram baixos. Além disso, a moeda brasileira, o mil réis, era mantida alta (MILTON, 2010, p. 87). Graças a essa política, o país era inundado por livros estrangeiros, produzidos na França e em Portugal. Graças à conjuntura econômica da época, essas publicações eram mais baratas e de qualidade superior ao que a indústria nacional poderia produzir.

A situação só muda com a quebra da Bolsa de Nova York. Com o preço do café reduzido, a dependência econômica brasileira à exportação de um produto perecível foi exposta, enfraquecendo o poder dos barões do café. Isso ocorre ao mesmo tempo em que o presidente Washington Luís indica outro paulista, Júlio Prestes, como seu sucessor. Até então, havia um acordo entre paulistas e mineiros para que a presidência fosse alternada entre os dois estados, produtores de café e de leite, respectivamente. A decisão inspirou os republicanos mineiros a se aliar aos gaúchos. Prestes venceu a eleição de março, mas foi acusado de fraude e deposto pela aliança de Rio Grande do Sul e Minas Gerais, que recebeu o apoio da maioria dos militares (MILTON, 2010, p. 87). Com Getúlio Vargas no poder, a política econômica brasileira muda, desfavorecendo a exportação. A moeda foi desvalorizada, os produtos importados foram taxados, inclusive os livros, e o desenvolvimento da indústria nacional ganhou prioridade. Por isso, o número de editoras que entraram no mercado e o número de livros impressos no Brasil cresceram depressa (MILTON, 2010, p. 87).

Além disso, o incentivo à indústria do livro era um projeto do governo de Getúlio Vargas²⁸. Foi feita uma reforma da educação básica que resultou em uma demanda maior de livros didáticos (MILTON, 2010, p. 88) e foi criado o Instituto Nacional do Livro (INL) para a distribuição das obras em bibliotecas públicas. Ainda durante o governo Vargas, surgiram outras duas organizações de promoção do livro: o SNEL (Sindicato Nacional dos Editores de Livros), em 1940, e a CBL (Câmara Brasileira do Livro), em 1946 (AMARAL, 2017, p. 28). A própria escolha de títulos publicados nessa época foi influenciada pelo governo de Vargas.

Sem a obrigação de pagar copyright, as chances de uma obra estrangeira ser aceita pelo público brasileiro quando o livro havia sido publicado no exterior eram maiores do que a de livros escritos por autores brasileiros desconhecidos. Além disso, o endurecimento do governo de Vargas e a proclamação do Estado Novo, no final de 1937, proscrevendo o Partido Comunista e aumentando a censura de livros, significou que as traduções eram uma opção mais segura para várias editoras (MILTON, 2010, p.89).

A situação muda novamente após a queda de Getúlio Vargas, em 1945, quando a política econômica volta a beneficiar a exportação de café.

Livros importados de diferentes áreas receberam tarifas especiais, e, em vários casos, foram vendidos a um custo mais baixo no Brasil do que em seu país de

²⁸ Outro personagem importante para esse complexo capítulo do mercado do livro brasileiro é o escritor e editor Monteiro Lobato. Ainda durante o governo de Washington Luís, ele foi um ferrenho defensor da popularização da leitura no país e criticava a taxa do papel, que fazia aumentar o preço das obras nacionais. Além disso, ele criticava o baixo preço dos livros portugueses, que entravam no país sem impostos.

origem. Durante a década de 1950 os livros importados eram vendidos a uma taxa especial de câmbio do dólar que correspondia a 33% até 60% do valor oficial, gerando uma situação pela qual era mais barato importar livros do que o papel para imprimi-los (MILTON, 2010, p. 92).

A primeira feira do livro no Brasil da qual se tem registro ocorreu durante o segundo governo de Vargas por iniciativa da CBL, entidade criada por livreiros e editores de São Paulo para promover o livro²⁹.

Em 1951, a Câmara Brasileira do Livro quis introduzir no Brasil um conceito de evento que já era tradição na Europa, principalmente na Alemanha, Itália e França: a Feira Literária. Sendo assim, a primeira Feira Popular do Livro aconteceu na Praça da República, em São Paulo, e foi uma referência para que outros eventos acontecessem na época (AMARAL, 2017, p. 28).

Em maio de 1955, foi realizada a Semana do Livro no Rio de Janeiro. Originalmente iniciativa de um vereador da cidade (a Cinelândia está em frente à Câmara dos Vereadores), desde 1957 é organizada pela Associação Brasileira do Livro (LINDOSO, 2013, p. 2). O evento teria inspirado a Feira do Livro de Porto Alegre, ocorrida pela primeira vez em novembro do mesmo ano e atualmente a mais antiga ainda em funcionamento no país³⁰.

Após o golpe militar de 1964, durante o milagre econômico, a indústria do livro nacional viveu mais um momento de desenvolvimento acelerado.

Foi um período durante o qual a indústria editorial se desenvolveu rapidamente, vivenciando seu próprio milagre. Em 1960, foram publicados 0,5 livros por habitante; e, em 1980, esse número cresceu para dois livros por habitante, um crescimento de 400% em 20 anos, uma taxa maior do que o resto da economia, que triplicou de tamanho (MILTON, 2010, p. 93).

Apesar do intenso desenvolvimento da época, pode-se observar a influência do governo e seus objetivos políticos de aliar o país a potências internacionais como os Estados Unidos no tipo de livro que era publicado durante a ditadura militar. Em janeiro de 1967, foi assinado o acordo MEC-SNEL-USAID³¹, que previa a publicação em massa de livros técnicos, científicos e educacionais americanos no país.

²⁹ A primeira ação da organização, ocorrida em 1946, ainda no ano de sua fundação, é a campanha publicitária "Livro, presente de amigo".

³⁰ Ver Amaral (2017) para um relato mais completo do histórico de eventos literários no país.

³¹ Sendo MEC (Ministério da Educação e Cultura), SNEL (Sindicato Nacional de Editores de Livros) e USAID (United States Agency for International Development).

Em outras palavras, a difusão dessas obras se tornou objeto de política pública do governo brasileiro. Segundo esse tratado, 51 milhões de livros traduzidos, originalmente publicados nos EUA, seriam usados no sistema escolar brasileiro, num período de três anos, começando em 1967 (MILTON, 2010, p. 94).

A CBL promoveu, em parceria com o Museu de Arte de São Paulo, a Bienal Internacional do Livro e das Artes Gráficas nos anos de 1961, 1963 e 1965. Foi somente em 1970 que a CBL organizou, sozinha, a 1ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo³². A Bienal do Rio de Janeiro ocorreu pela primeira vez em 1983, organizada pela SNEL. Com o fim da ditadura militar, surgiram novas políticas para a área cultural cujos frutos são vistos ainda hoje. A Lei de Incentivo, precursora das leis de incentivo municipal, estadual e federal atuais, foi criada em 1986 pelo presidente José Sarney. Ela permitia que o contribuinte abatesse o valor de doações, patrocínios e investimentos inclusive despesas e contribuições necessárias à sua efetivação, realizada através ou a favor de pessoa jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos³³ (BRASIL, 1986).

A lei foi usada para o fomento de atividades culturais até 1990, quando o governo de Fernando Collor de Mello extinguiu o Ministério da Cultura (MinC)³³ e, consequentemente, o INL, por meio de uma Medida Provisória. Na época, o setor cultural se voltou aos estados e município para investimentos (AMARAL, 2017, p.34). A situação perdurou até o ano seguinte, quando Collor mudou de postura e nomeou o embaixador Sérgio Paulo Rouanet para Secretário de Cultura. Ele criou o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que posteriormente deu origem à chamada Lei Rouanet. O país voltou a ter um Ministério da Cultura em 1992, no governo Itamar Franco.

Esse momento da história brasileira foi marcado por um aumento exponencial do número de feiras no Brasil³⁴ (LINDOSO, 2013, p.2). O pesquisador menciona as feiras em capitais como Salvador e Fortaleza e, nos anos 2000, iniciativas como a Feira Pan Amazônica do Livro, em Belém, e uma série de feiras em municípios do interior de São Paulo, muitas delas formadas sob a égide de um programa da CBL chamado Circuito Paulista de Feiras de Livros e a I Festa Literária de Paraty, ocorrida em 2003. Esse formato não estava vinculado a uma feira de livro. Inspirado em experiências de outros países, enfatizava a presença dos autores em diálogo com a plateia de leitores³⁵ (LINDOSO, 2013, p.2).

³² É nessa época que um grupo de editores e livreiros ligados à CBL e ao SNEL tentam emplacar um projeto de lei para a regulamentação do setor editorial brasileiro, que não foi bem recebido pelo então ministro da Educação Ney Braga (AMARAL, 2017, p. 32)

³³ Movimento semelhante ao que fez o presidente Michel Temer em 2016, quando extinguiu o MinC por alguns dias. Temer, no entanto, voltou atrás e reinstaurou o ministério, apesar de limitar seus recursos.

A regulamentação do setor editorial, que era buscada por editores e livreiros ligados à CBL e ao SNEL desde os anos de 1970, só chegou nos anos 2000 com a Política Nacional do Livro (PNL). A lei garante o fomento e o apoio à produção, edição, difusão, distribuição e comercialização do livro (BRASIL, 2003), entre outros objetivos. Ela é pioneira ao mencionar a criação e a produção, uma vez que, até então, iniciativas do governo se resumiam a distribuição e a circulação, muitas vezes de obras estrangeiras, como observamos no acordo MEC-SNEL-USAID, de 1967.

Em 2006, é criado o Programa Nacional do Livro e da Leitura (PNLL), que forma diretrizes para uma política pública no Brasil voltada à leitura e ao livro com o objetivo de formar uma sociedade leitora. Em 2018, é criada a Política Nacional de Leitura e Escrita (PNLE), conhecida como Lei Castilho, que estabelece estratégias para a universalização do direito ao livro, à leitura, à escrita, à literatura e às bibliotecas. Com a lei de 2018, o estado brasileiro se compromete a traçar um novo plano para a PNLE a cada dez anos.

Apesar de breve, esse histórico do desenvolvimento de políticas públicas de incentivo à cultura do livro (FIGURA 1) contextualiza as origens do campo editorial e de publicações vigente no Brasil durante um período de crescimento do número de feiras de publicações independentes no Brasil e na cidade de Belo Horizonte, como demonstraremos neste capítulo. Assim como Felipe Lindoso (2013) observa um crescimento no número de feiras do livro no Brasil a partir dos anos 1990, o pesquisador mineiro Joubert Amaral o observa a partir dos anos 2000, tendência que ele atribui à Flip. Não é coincidência que Fliro (RO), Flivima (RJ), Flibo (PE), Flimar (AL), FliAraxá (MG), Fliporto (PE), Fliparanapiacaba (SP), Flicampos (PR), Flap (AP) e até mesmo a Flimt (Feira do Livro Indígena de Mato Grosso), utilizam o prefixo “Fli” (AMARAL, 2017, p.37). Outro motivo apontado pelo pesquisador seria uma melhoria na gestão das políticas públicas referentes ao livro, como o Circuito Nacional de Feiras de Livro, lançado em 2011 pelo MinC, parceria entre a CBL, a Fundação Biblioteca Nacional (FBN) e o PNLL. Em 2013, último ano em que foi divulgado um balanço, o circuito registrava 278 eventos literários no país, sendo 132 deles no Rio Grande do Sul.

Figura 4: Evolução dos eventos literários no Brasil



Fonte: AMARAL, 2017, p. 40

A tendência de crescimento do número de eventos literários chegou ao fim em maio de 2015, quando o governo Dilma Rousseff anunciou medidas de austeridade no valor de R\$ 70 bilhões (JIMENEZ, 2015) para estancar uma complexa crise política e econômica e os editais de fomento a eventos literários deixaram de ser publicados³⁴. A redução drástica do investimento governamental, que seria ainda maior após o impeachment da presidente Dilma, em 2016, teve duas consequências. A primeira foi imediata: a diminuição de vendas de livros e de eventos literários. No ano de 2016, o portal de notícias do mercado editorial PublishNews publicou reportagem de Leonardo Neto sobre a dificuldade que curadores e organizadores de eventos literários tinham em manter de pé os eventos³⁵ (NETO, 2016). Além disso, o corte de compras de livro pelo governo federal, que já havia começado em 2014, impactou de forma direta e drástica o faturamento do setor (VIEIRA, 2015). A segunda consequência foi a busca de editoras brasileiras por alternativas para fazer seus livros encontrarem leitores e dar vazão a sua produção. Nesse cenário, foram feitos esforços para a aprovação de leis que, ao menos aos

³⁴ O último edital de fomento do Circuito Nacional de Feiras de Livro foi publicado em 2015.

olhos do setor, resolveriam o problema, como a Lei do Preço Fixo, que foi amplamente debatida na 25ª Convenção Nacional de Livrarias, na qual os presidentes de sete entidades ligadas ao mercado do livro defenderam sua aprovação³⁵. Outra solução encontrada por editores para dar vazão a suas obras durante o período de crise no país foi ampliar suas atuações em feiras do livro. No caso das edições de 2017 e 2018 da Flip, a estratégia foi criar espaços paralelos à programação oficial do evento, que, graças a uma diminuição do patrocínio, seria menor.

Nos últimos cinco anos, a Flip vem diminuindo, em valores nominais, quase R\$ 1 milhão por ano, conta [Mauro Munhoz, presidente da Associação Casa Azul, que promove a Flip]. A festa passada foi orçada em R\$ 5,8 milhões e R\$ 3,7 milhões para a realização do evento em si e o restante para ações educativas e demais despesas. Para esta edição, Munhoz estima valores ainda menores, com diminuição de R\$ 500 mil a R\$ 1 milhão no orçamento. Enquanto isso, as casas parceiras, que pagam um valor à organização para estarem lá, e as casas não oficiais reforçam as opções com programação independente e gratuita. Munhoz conta que em 2017 havia 8 casas oficiais. Agora, serão 20 (RODRIGUES, 2018, s/p).

A presença não oficial das editoras de pequeno ou médio porte no evento patrocinado por um grande grupo editorial, Companhia das Letras, parece ser um reflexo de um cenário nacional:

Segundos dados compilados pela consultoria Nielsen a pedido de *Época*, as editoras independentes cresceram 12,97% em volume e 4,58% em faturamento no acumulado das 28 semanas de 2018 em comparação ao mesmo período de 2017. O vigor das editoras independentes parece um versinho alegre perdido no meio de um longo conto de terror. O mercado editorial encolheu 21% desde 2006. Segundo pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) divulgada em maio, as perdas de 2006 a 2017 somam R\$ 1,4 bilhão (GABRIEL; SCRIVANO, 2018, s/p).

Editoras de pequeno porte, sejam elas declaradamente independentes ou não, estão apontando caminhos possíveis para que editoras de grande porte façam a divulgação, distribuição e venda de livros sem o apoio do governo. Isso é possível graças a uma experiência anterior dos donos desses pequenos negócios, que também fazem parte de outra rede de distribuição no país, que parece existir sem grandes incentivos ou sequer reconhecimento da classe política: a cena independente.

3.1 A cena editorial independente brasileira

Autores autopublicados, que assumem para si o papel de editor, estiveram presentes em todas as épocas da cena de publicações brasileira, apesar da escassez de trabalhos de

³⁵ Até novembro de 2018, a lei seguia em tramitação.

pesquisa sobre essa prática. Gisela Creni resgata parte dessa história em *Editores artesanais brasileiros*. Na obra, ela relata como, em 1920, mais de cem anos após a liberação da impressão no Brasil, publicar ainda era trabalho para poucos imigrantes, que faziam um trabalho inferior ao visto na mesma época na Europa, então referência de excelência editorial para o Ocidente.

Dizia-se que os editores nacionais preocupavam-se apenas com o conteúdo das obras que lançavam, esquecendo-se do livro como objeto artístico. A partir dos anos 1930, esse trabalho passou a ser realizado por brasileiros talentosos que se estabeleceram em centros urbanos como Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre. Homens como Monteiro Lobato, Octalles Marcondes Ferreira, José Olympio e José de Barros Martins foram esses ñheróis civilizadoresò, ou seja, os editores mais importantes que o Brasil teve na primeira metade do século XX. As mudanças de ordem gráfica acabaram vindo com o tempo e, em geral, foram inspiradas em obras francesas, cujas edições de luxo despertavam a admiração dos editores e do público (CRENI, 2013, p.15-16).

Na obra, Creni faz um inventário de sete editores brasileiros que se destacaram por seu trabalho de editoração artesanal. Eles são: João Cabral de Melo Neto (editora O Livro Inconsútil), Manuel Segalá (editora Philobiblion), Geir Campos (editora Hipocampo), Thiago de Mello (editora Hipocampo), Pedro Moacir Maia (editora Dinamene), Gastão de Holanda (editoras O Gráfico Amador, Mini Graf e Fontana) e Cleber Teixeira (editora Noa Noa). Creni observa que todos começaram a trabalhar com edição por necessidade, graças à falta de espaço para a publicação de poesias em editoras comerciais e a baixa qualidade gráfica do mercado editorial. A pesquisadora mineira Ana Elisa Ribeiro ainda aponta mais um capítulo nessa história de poucos registros que é a publicação independente brasileira:

São bastante conhecidos os casos dos poetas ñmarginaisò dos anos 1970, no Brasil, que se utilizavam de tecnologias como o mimeógrafo para reproduzir livretos que eles mesmos vendiam nos bares. Chacal (RJ), Paulo Leminski (PR) e Sérgio Fantini (MG) são hoje escritores consagrados e devem a primeira circulação de suas obras (em grande parte reeditadas em outras circunstâncias) a práticas editoriais independentes, em geral financiadas por eles mesmos ou por amigos (RIBEIRO, 2016, p. 99-100).

Ao grupo de editores citados por Creni e Ribeiro, poder-se-ia incluir o ouro-pretano Guilherme Mansur, cujas práticas são tema do livro *Tipografia & poesia* (2016), editado pelo CEFET-MG. Poeta, tipógrafo, editor, artista gráfico e designer, Mansur foi o fundador da *Poesia Livre*, que editava com amigos, entre outras obras que saíam de sua Tipografia do Fundo de Ouro Preto, selo da Gráfica Ouro Preto. Ele ainda fez a editoração do *Suplemento*

Literário de Minas Gerais durante os anos em que Carlos Ávila³⁶ foi seu editor, e criou o projeto gráfico de obras como o livro *Decurso de prazo* (1988), de Laís Corrêa de Araújo.

Publicações como essas, feitas à mão por um editor, que muitas vezes é o próprio escritor, utilizando as tecnologias disponíveis que possibilitam que uma única pessoa assuma o papel da criação e da edição têm crescido no Brasil³⁷. A maior prova desse movimento é o aumento do número de feiras de livros independentes ou feiras de publicações independentes no país. Porém, graças ao pequeno número de pessoas reunidas e ao seu caráter pulverizado, muitas vezes sem conexões com o governo brasileiro, esses eventos, assim como os editores presentes neles, são difíceis de mapear. Apesar disso, podemos apontar algumas iniciativas que tornam visível ao menos parte dessa rede.

Uma delas é a Primavera dos Livros ou Primavera Literária, feira citada por Hallewell, que ãnasce como alternativa à Bienal do Livro carioca (MUNIZ JR., 2016, p. 114). O evento foi articulado por Martha Ribas, em reação à péssima localização e ao alto preço do estande na Bienal, e por Camila Perlingeiro, Daniela Duarte, Isabel Bisker e Isabela Marcatti. Já na primeira edição, em 2001, seguindo o que parece ser uma tradição do campo editorial brasileiro, contaram com apoio governamental.

Na Prefeitura do Rio de Janeiro, o grupo encontrou um dileto apoiador: Ricardo Macieira, à época diretor do Instituto Municipal de Arte e Cultura (RioArte), e que um mês após a realização da Primavera foi empossado Secretário Municipal das Culturas. Esse patrocínio redundou na entrada da Primavera dos Livros no calendário oficial de eventos da cidade, o que ajudou a garantir sua longevidade e sua regularidade anual, jamais conquistada para as edições paulistanas do evento, cuja possibilidade de realização permanece ao sabor dos apoios logrados ano a ano, ora junto à gestão estadual, ora junto à Prefeitura. Os apoiadores privados dessa primeira edição do evento foram a Bradesco Seguros, a gráfica Donnelley Cochrane, a distribuidora de papel Rilisa e o Jockey Club Brasileiro, em cujas dependências a feira foi realizada (MUNIZ JR., 2016, p. 154).

Sendo um sucesso de público e com apoio para realizar edições subsequentes, a Primavera dos Livros deu origem à Liga Brasileira de Editoras (Libre) em 2002. O evento ocorre sem frequência fixa (além da feira anual no Rio de Janeiro), o que pode significar várias vezes ao ano, em diversas cidades brasileiras. Não é raro a Primavera ocorrer concomitantemente a um evento literário de grande porte, como ocorreu em Belo Horizonte em 2017, quando integrou a programação do Festival Literário Internacional de Belo

³⁶ Carlos Ávila editou o *Suplemento Literário de Minas Gerais* entre 1995 e 1998

³⁷ São raros os registros sistemáticos sobre publicações desse tipo, mas os dados do ISBN apontam para um crescimento. No Brasil, o número de editores Pessoa Física que pediram um prefixo editorial à Agência Brasileira ISBN para publicar sua própria obra foi de 960 (2005) para 1.865 (2017), um aumento de 194%. No mesmo período, o número de editores Pessoa Jurídica cadastrados foi de 844 (2005) para 1.362 (2017), um aumento de 161% (ISBN).

Horizonte (FLI-BH), evento da Prefeitura de Belo Horizonte. Durante eventos da Libre, porém, só são permitidas editoras associadas à organização³⁸.

A liga foi responsável por uma das casas oficiais da Flip 2018, onde montou a Casa Libre & Nuvem de Livros³⁹. No local, foram discutidos temas como representatividade na literatura e nos festivais literários e coletivos de poesia na cidade do Rio de Janeiro. Outra frente de ação da Libre é o ativismo pela bibliodiversidade. Em 2018, a liga anunciou o 1º Prêmio Libre pela Bibliodiversidade, cujo objetivo era reconhecer e promover uma obra

[...] um ensaio inédito acerca de temas relativos à bibliodiversidade, aqui entendida como um complexo e autossustentável sistema de contar e fazer circular histórias, escrever, publicar e de outras formas de produção da oratura e da literatura, em que a palavra contribua com um ecossistema social, diversificado e saudável (LIBRE, 2018).

O vencedor do prêmio está por trás da pesquisa brasileira de maior escopo encontrada por esta investigação sobre feiras de publicações independentes ou autopublicação, o pesquisador paulista José de Souza Muniz Jr.. Em sua tese, cujo texto foi o premiado pela Libre em 2018, Muniz Jr. mapeia a cena de publicações independentes de São Paulo e foca seu olhar para ñfeiras de nicho, como aquelas organizadas em torno de gêneros/formatos/linguagens (zines, livros de arte, infantojuvenis, acadêmicos) ou de bandeiras (anarquista, feminista etc.), o que inclui também as feiras de livros ou publicações ândependentesô (MUNIZ JR., 2016, 192). Muniz diferencia os produtores independentes associados a organizações como a Libre ou a Aliança Internacional de Editores Independentes dos produtores presentes nesses eventos.

Naquele caso [editores da Libre e similares], trata-se sobretudo de empreendimentos de pequeno e médio porte profissionalizados ou em vias de profissionalização, lutando por condições mais justas de inserção no mercado e de concorrência com os grandes grupos. [...] Os editores feirantes, em contrapartida, possuem uma práxis mais artesanal e pouco profissionalizada. Muitos deles publicam apenas a si próprios e/ou a amigos próximos, sem estabelecer relações contratuais claras. Raramente estão presentes nos pontos de venda tradicionais (livrarias, bancas, supermercados etc.) e vendem seus produtos sobretudo pela internet e nessas feiras ñ o que explica, pelo menos parcialmente, por que elas se tornam tão frequentes (MUNIZ JR., 2016, p. 192).

Muniz Jr. fez um trabalho de resgatar a história dessas feiras de publicações independentes no país, observando que a primeira de que se tem notícia ocorreu em 20 de setembro de 1978, como registra a *Folha de S.Paulo*, e reuniu um ñtotal de 48 publicações,

³⁸ Em 2018, havia mais de 120 editoras associadas à Libre.

³⁹ A casa é montada dentro da programação da Flip desde 2014.

entre livros, jornais, revistas, envolvendo numerosas correntes políticas e literárias (FOLHA, 1978, p.25). A iniciativa, porém, não parece ter inspirado outras:

A julgar pela cobertura dos principais veículos de imprensa do país, a mostra de 1978 é um experimento de jovens cariocas ligados ao cenário underground e à poesia da geração mimeógrafo – parece ter permanecido sem réplicas nos primeiros anos do período pós-democratização. É no final dos anos 2000 e no início dos anos 2010 que tem início uma espécie de surto de feiras dedicadas à produção de pequenos projetos editoriais identificados como independentes (MUNIZ JR., 2016, p. 194).

Buscando mapear a cena de feiras independentes, Muniz Jr. faz um panorama daquelas que ele considera ser as principais feiras de publicações independentes de São Paulo entre 2009 e 2015.

Tabela 1: Principais feiras de publicações independentes em São Paulo (SP), 2009-2015

Feira	Data	Local	N.E. ⁴
Salon Light	20-22/08/2009	Galeria Vermelho	83
Tijuana 2	26-27/11/2010	Galeria Vermelho	23
Tijuana 3	18-19/11/2011	Galeria Vermelho	53
Tijuana 4	09-10/11/2012	Galeria Vermelho	85
Tijuana 5	27-28/07/2013	C. do Povo/O.C. Oswald de Andrade	114
Tijuana 6	23-24/08/2014	C. do Povo/O.C. Oswald de Andrade	75
Tijuana 7	22/11/2014	<i>Patio del Liceo – Buenos Aires</i>	50
Tijuana 8	08-09/08/2015	C. do Povo/O.C. Oswald de Andrade	115
Ugra Zine Fest 1	11-12/02/2011	Espaço Impróprio/Concreto	11
Ugra Zine Fest 2	09-10/03/2012	Sattva Bordô/Casa do Fazer	12
Ugra Zine Fest 3	06-07/04/2013	Centro Cultural São Paulo	30
Ugra Zine Fest 4	20-21/09-2014	Centro Cultural São Paulo	86
Ugra Zine Fest 5	19-20/09/2015	Centro Cultural São Paulo	??
Plana 1	10/03/2013	Museu da Imagem e do Som	90
Plana 2	08-09/03/2014	Museu da Imagem e do Som	140
Plana 3	07-08/03/2015	Museu da Imagem e do Som	120
Plana 4	16-17/01/2016	Museu da Imagem e do Som	143
Miolo(s) 1	01/11/2014	Biblioteca Mário de Andrade	59
Miolo(s) 2	07/11/2015	Biblioteca Mário de Andrade	117
Pompeia 1	abril 2012	SESC Pompeia	??
Pompeia 2	outubro 2012	SESC Pompeia	??
Pompeia 3	maio 2014(?)	SESC Pompeia	41
Feira Livre	21-22/02/2015	SESC Vila Mariana	21
Avessa	12-13/12/2015	SESC Pompeia	53

⁴ Número de expositores inscritos e/ou selecionados, conforme consulta às listas oficiais. Em alguns casos (indicados com ??) não foram encontrados números suficientemente precisos fornecidos por fontes confiáveis.

Fonte: MUNIZ JR., 2017, p.2

Elas são: (1) Feira de Arte Impressa Tijuana, surgida em 2009 e a mais antiga das feiras paulistanas atuais, ela ocorre anualmente na galeria Vermelho, por iniciativa de Eduardo Brandão. (2) Feira Plana, fundada em 2013 por Bia Bittencourt, é considerada a

principal e maior feira de publicações independentes do Brasil da atualidade (MUNIZ JR., 2017, p.4), Foi inspirada na NY Art Book Fair, do MoMA, em Nova York. (3) Feira do SESC-SP, que começou em 2012, como parte da Ocupação Pompeia. A partir da terceira edição, em 2014, a feira que começou com 15 publicações cresceu e, na edição de 2015, já com o nome de Aversa, recebeu 53 expositores. (4) Ugra Zine Fest, fundada em 2011 como Anuário de fanzines, zines e publicações alternativas por iniciativa de Douglas Utescher e Daniela Utescher no espaço Impróprio e na galeria Concreto. (5) Feira Miolo, que começou em 2014, na biblioteca Mário de Andrade, organizada pela editora Lote 42 e dirigida por três jornalistas: João Varella, Thiago Blumenthal e Cecília Arbolave. Muniz Jr. ainda cita a feira Pãoforma, iniciativa de Raquel Gontijo Araújo, sócia da editora Bolha, e Duda Pedreira, idealizador do Espaço Comuna; o Pique Nique Zine, iniciativa da Pipoca Press, ambas no Rio de Janeiro. Outra feira mencionada é a Parada Gráfica, de Porto Alegre. A cidade de Belo Horizonte, foco deste estudo, é citada de forma geral como lugar em que feiras ocorrem, mas sem detalhes acerca desses eventos.

3.2 As feiras de publicações de Belo Horizonte (2010-2017)

O Brasil é um país em que há algum grau de descentralização cultural⁴⁰, com eventos ocorrendo em diferentes cidades e estados e não apenas na capital do país, Brasília, ou em sua maior cidade, São Paulo. A cidade de Belo Horizonte, por exemplo, é capital de Minas Gerais, segundo estado mais populoso do Brasil⁴¹. Apesar disso, a maior parte das investigações acerca do campo editorial nacional resume o mercado editorial mineiro à citação do nome da cidade como mais uma entre outras. Antes de começarmos uma pesquisa de campo sobre esse tema, dimensionamos o objeto de estudo de forma a realizar um recorte para as investigações quantitativa e qualitativa propostas.

Assim, esta pesquisa começou com um levantamento das feiras de publicações que já haviam ocorrido na cidade, bem como das referências ao independente e ao autopublicado feitas por veículos de comunicação de Belo Horizonte. Após observar a baixa frequência das citações a esse tipo de evento nesses veículos, seguimos com a pesquisa no buscador online Google e na rede social Facebook de forma a encontrar os eventos desse tipo realizados na cidade. Por fim, realizamos entrevistas com organizadores desses eventos de forma a aprofundar a busca e confirmar os resultados encontrados.

⁴⁰ Apesar da descentralização nacional, há uma centralização na capital de cada estado.

⁴¹ São 21,1 milhões de habitantes, ficando atrás de São Paulo, com 45 milhões de habitantes (SILVEIRA, 2017).

A pesquisa foi iniciada no jornal diário *O Tempo*⁴² e no jornal literário *Suplemento Literário de Minas Gerais*⁴³ procurando registros de uso dos termos *independente* e *publicações independentes*. No *Suplemento Literário de Minas Gerais*, apesar de haver poucas referências a feiras de publicações, pudemos observar o uso do termo *independente* em referência à edição e publicação independente⁴⁴ no período entre 2006 e 2016⁴⁵. Citamos algumas sem a pretensão de ter reunido todas as referências possíveis nessas edições.

Ao fazer um panorama da produção de livros para crianças e adolescentes no Brasil para a edição de outubro de 2007 do *Suplemento Literário de Minas Gerais*, Ninfa Parreiras cita as feiras e bienais, que *“têm se expandido pelo território nacional como um grande incentivo à produção editorial”*. Na edição especial publicada em maio de 2011, Paulo Caceres resgata a história das *menores revistas literárias brasileiras*, complementando a informação encontrada por Muniz Jr. no jornal *Folha de S.Paulo* sobre a Mostra de Publicações Independentes de 1978, que teria ocorrido de 18 a 25 de setembro com autores e editores de 14 estados além de publicações da Argentina e do Uruguai (CAC, 2011, p. 36).

O termo *publicação independente* volta a aparecer no *Suplemento Literário de Minas Gerais* em 2012, no texto *“Dos Quadrinhos: adaptadas para as telas do cinema, as HQs surgiram ao longo da história da humanidade com potencial maior do que simples entretenimento e diversão”*, de Neomisia Silvestre e Michele Prado, no qual elas se referem à *Mad Magazine* como publicação independente. A *produção independente* é citada em 2013, quando Carlos Felipe Moisés faz um panorama da poesia contemporânea brasileira e reconhece o *“notável crescimento da nossa produção poética nos últimos 10 ou 15 anos”* (MOISÉS, 2013, p. 30).

Afonso Romano de Sant’anna, no texto *“50 anos de poesia e/ ou as ilusões perdidas”*, publicado no *Suplemento Literário de Minas Gerais* de Novembro/Dezembro de 2013, discorre sobre a poesia marginal e escreve que, *“a partir de 1970, alguns eventos e ajudaram a parir algo novo”* (sic) (SANT’ANNA, 2013, p. 34). Entre eles estão as *Expoesias*, ocorridas no Rio, Curitiba e em Nova Friburgo, reunindo mais de 600 poetas; a *Poemação*, ocorrida no Museu de Arte Moderna do Rio, coordenada por Carlos Henrique Escobar; e a 1ª Feira

⁴² O jornal *O Tempo* é um jornal impresso publicado diariamente desde 1996 com circulação no estado de Minas Gerais. Seu caderno de cultura, *“Magazine”*, faz uma cobertura das atividades culturais de Belo Horizonte.

⁴³ O jornal *Suplemento Literário de Minas Gerais* é publicado desde 1966. É totalmente dedicado à literatura, publicando poemas e contos, além de ensaios e entrevistas com autores e atores dos campos editorial e literário.

⁴⁴ O termo *independente* é usado com frequência maior do que a citada aqui no *Suplemento Literário de Minas Gerais*, mas em referência à independência do Brasil.

⁴⁵ O período foi estipulado pelo motivo de as edições entre 2006 e 2016 estarem disponíveis para pesquisa online no site da Superintendência de Bibliotecas Públicas e Suplemento Literário de Minas Gerais.

Paulista de Poesia e Arte no Teatro Municipal (novembro de 1976). Nesse mesmo texto o autor dimensiona haver ãmais de 80 feiras de livro pelo paísò (SANTÂNNA, 2013, p. 36).

Na edição de Novembro/Dezembro 2014 do *Suplemento Literário de Minas Gerais*, o escritor paraense Edyr Augusto, em entrevista a Marcelo Miranda, fala de uma nova literatura brasileira impulsionada, em parte, pelo ãaumento de feiras literárias pelo paísò (AUGUSTO, 2014, p.5).

A nova literatura brasileira vem surgindo nos últimos 15 ou 20 anos, com uma geração que, além de ler muito, também está ligada ao cinema, televisão, internet e às séries policiais. Vem com uma linguagem moderna, interessante e com várias abordagens. Vários nomes, após terem livros transformados em séries ou filmes, ganharam maior visibilidade. Seus livros, esperados ansiosamente. O aumento de feiras literárias pelo país e a boa participação em debates, desses escritores, além da percepção das editoras, dessa nova literatura, está abrindo espaços (AUGUSTO, 2014, p.5).

A edição ainda traz um relato de Luiz Ruffato sobre a Feira Literária de Frankfurt de 2013. Na edição de Março/Abril de 2015, o escritor Luis Augusto Fischer, em entrevista a João Pombo Barile, comenta que ãos encontros literários viraram febre nacionalò. O entrevistado comenta que as festas e feiras têm o objetivo de circular o livro, ãmas o interesse fica mesmo nos autoresò (FISCHER, L.A., 2015, p. 14).

Já no jornal diário *O Tempo*, cujo arquivo foi disponibilizado para esta pesquisa, é possível averiguar um número maior de referências específicas ao termo ãpublicações independentesò em referência a feiras que tenham ocorrido em Belo Horizonte. As primeiras menções datam de 1997, ano seguinte ao de lançamento do periódico mineiro. Em 15 de julho de 1997, é feita a primeira menção com a publicação de uma nota anunciando que dos dias 18 a 27 daquele mês ocorreria o Zine Mutante ã Encontro das Culturas Independentes, no Centro Cultural Banco do Brasil, no Rio de Janeiro. No mês seguinte, reportagem de Daniel Barbosa declara que ãBelo Horizonte firma-se a cada dia como um dos mais importantes pólos de produção de histórias em quadrinhos no paísò (BARBOSA, 1997a, p. 3) e chama a atenção do leitor para ãpublicações independentes de renome, como *Solar*, *Graffite* e *Legenda*, além da então recém-lançada *Caliban*ò (BARBOSA, 1997a, p. 3). Em outubro daquele ano, o jornal trazia o texto ãBienal discute as edições independentesò, de Pablo Pires, sobre o debate ãO Rumo dos Editores Independentes no Brasilò, que ocorreria na 3ª Bienal Internacional de Quadrinhos⁴⁶. Por fim, ainda em dezembro de 1997, há uma menção em reportagem de Daniel

⁴⁶ Essa seria a última edição da Bienal. Em 1999, surgiu o Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ), evento inspirado na Bienal.

Barbosa aos veículos impressos dedicados exclusivamente ao público negro, com a ressalva de que são, na grande maioria, publicações independentes.

Averiguamos, com curiosidade, que entre 1997 e 2014 não houve menções a publicações independentes ou feiras de publicações independentes nas páginas do periódico, o que nos leva a concluir que, a não ser que tenha havido uma decisão editorial de manter o independente fora de suas páginas, a cena tenha retraído. Em 2014, foram feitas duas menções à produção independente. A primeira, em 14 de junho, é o texto, sem assinatura, sobre o projeto Variedades Literárias, que, ainda sem usar o termo *feira*, iria reunir, entre 16 e 22 de junho, a produção independente no Galpão Cine Horto⁴⁷. A segunda menção é sobre o mesmo evento. Em matéria de página inteira publicada em 22 de junho, o repórter Gustavo Rocha começa o texto declarando:

Um mercado editorial paralelo se avulta e cresce com o desejo de mais e mais autores mostrarem seu trabalho e também com o surgimento de editoras menores que deem suporte e estabeleçam relações mais diretas entre autores, editoras e leitores que aquelas propostas pelas grandes editoras (ROCHA, 2014, p. 3).

As menções se intensificaram em 2015, quando foram veiculadas cinco matérias sobre as publicações independentes em 25 de janeiro, 18 de abril, 11 de outubro, 14 de novembro e 20 de dezembro, sendo que as publicações de janeiro e outubro são capas de edições de domingo do *Magazine*, caderno de cultura de *O Tempo*, e ocupam, além da capa, duas páginas cada uma e são sobre o *trunfo dos independentes* e a *efervescência das feiras literárias*, respectivamente. Na matéria assinada por Carlos Andrei Siquara, o foco é a produção artesanal, apesar de haver uma percepção do aumento das feiras independentes no país:

Para Caio Otta, que mantém ao lado da artista visual Ana Rocha a plataforma Polvilho, pioneira na realização de feiras de livros independentes em Belo Horizonte, o ano passado [2014] marcou um momento relevante para esse tipo de publicação. A seu ver, houve um avanço na organização, e profissionais se uniram ainda mais para realizar outros eventos que vêm ampliando a possibilidade de encontros entre público, autores e editores de livros. Não só em Belo Horizonte, mas em várias cidades, como Rio de Janeiro, São Paulo, e em outras fora desse eixo também, se nota isso. É algo crescente e estratégico, revela a necessidade de busca por uma atuação alternativa, já que nos posicionamos de uma forma diferente do universo editorial convencional, acrescenta Caio Otta (SIQUARA, 2015, p. 6).

Já no texto publicado no fim daquele ano, com assinatura de Lucas Simões, o foco são as feiras de publicações da capital mineira, que o repórter classifica como *efervescentes*, listando as iniciativas que ocorriam em Belo Horizonte.

⁴⁷ Espaço de Belo Horizonte dedicado à pesquisa e memória do teatro.

Se entre 2007 e 2009 começaram a acontecer movimentos dispersos em feiras esporádicas, no Mercado Novo e no viaduto Santa Tereza, por exemplo, hoje, pelo menos cinco feiras voltadas a essas publicações têm ganhado espaço, público e reconhecimento [...]. Entre elas, chamaram atenção as primeiras edições da Feira de Publicações e Artes Gráficas do Museu Mineiro, Feira de Publicações Independentes do Galpão Cine Horto e Feira Elástica – todas realizadas em caráter inédito, neste ano, e com pretensão de acontecerem anualmente (SIMÕES, 2015, p. 6).

Ele ainda menciona a Faísca – Mercado Gráfico como uma das pioneiras do nicho por ser a primeira feira periódica da cidade. A última menção sobre os independentes no jornal *O Tempo* até outubro de 2017 ocorreu em dezembro de 2015, quando Lucas Simões entrevista a presidente da Câmara Mineira do Livro, Rosana Mont'Alverne, e pede que ela avalie as produções regionais contemporâneas. Ela responde:

(...) hoje temos uma situação bem diferente da que tínhamos há dez, 15 anos atrás. E um dos principais pontos que precisamos ressaltar são as editoras. Das 77 editoras que estão presentes no Estado hoje, 56 estão instaladas em Belo Horizonte e esse número é crucial para as publicações que temos conseguido ter por ano, pelo menos na capital. Mas um fator importante tem sido as publicações independentes. As publicações autônomas nem sempre são contabilizadas como as de grandes editoras. Isso seria um baque no mercado (MONT'ALVERNE, 2015, p.5).

Ainda em 2017, surgem textos da autora desta dissertação, que é colunista do jornal *O Tempo*, sobre a cena de publicações independentes de Belo Horizonte, que já era objeto desta pesquisa. Em 2 de outubro de 2017 foi publicado "Primor gráfico", sobre edições bem-acabadas, com citação às feiras Faísca e Textura, locais em que essas encadernações poderiam ser encontradas. Em 20 de novembro de 2017, foi publicada "Publicações independentes ganham sede", sobre a criação da Fanzinoteca Faísca, seção da biblioteca da Usina de Cultura dedicada a publicações independentes e artesanais.

A partir das informações coletadas nesses periódicos, fizemos uma busca no Google e na rede social Facebook a procura de registros dessas feiras. Com as informações, criamos um quadro das feiras de publicações independentes de Belo Horizonte. Foi com esse quadro em mãos que buscamos fazer entrevistas com pessoas identificadas como agentes relevantes desse momento de efervescência das feiras de publicações independentes de Belo Horizonte. Nessas entrevistas, buscamos entender as condições em que as primeiras feiras dessa história recente da cidade foram criadas. Foram entrevistados João Perdigão, idealizador da revista *A Zica* e organizador daquela que foi identificada como a primeira feira de publicações desse histórico recente; Afonso Andrade, organizador do Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ); e Anna Rocha, editora da Polvilho e organizadora de feiras de publicações da cidade.

O evento Vendendo Peixe, organizado por João Perdigão, entre outros, para o lançamento de *A Zica nº0*, parece ter sido o pontapé inicial do desenvolvimento recente das feiras de publicações independentes de Belo Horizonte. O encontro de 2010 foi feito aos moldes de uma reunião anterior, também organizada por João Perdigão. Ocorrido em 2008, o Kreu Krio ocorreu paralelamente à Bienal Internacional do Graffiti. Com autorização para ocupar o Mercado Novo, localizado na região Central da cidade, Perdigão reuniu artistas da cidade que usaram cavaletes políticos como telas para intervenções artísticas. Com a boa experiência, Perdigão propôs, dois anos depois, uma versão do evento voltada a publicações independentes para celebrar o lançamento de sua revista. Assim, foi organizado o Vendendo Peixe, uma mistura de festa (com venda de bebidas) com intervenção artística (os grafiteiros receberam autorização para pintar as paredes do terceiro andar do Mercado Novo⁴⁸ e foram feitas performances) e lançamento de publicações (foram até dez expositores). Logo após o evento, Perdigão publicou um texto resumindo o encontro:

Enfim, o peixe foi pescado. Depois de alguns meses com uma equipe cheia de vontade planejando a venda de algo imaterial num lugar esmo [sic.], o lucro foi enorme ã e nada financeiro. Nisso, o mais importante foi que algo mudou o terceiro andar do Mercado Novo. Não que estivéssemos querendo fazer um evento simplesmente baladeiro, com as 300 pessoas mais legais de Belo Horizonte. Mas que deixasse sua presença marcada em quem esteve presente pela pancada ã e a proposta era ser uma experiência nova que com todos os seus percalços, acabou se realizando muito bem (PERDIGÃO, 2010, s/p).

Após o lançamento da revista, há um hiato de dois anos antes da feira de publicações seguinte, que ocorreu em setembro de 2012, no Parque Municipal Américo Renné Giannetti, durante a programação da Noite Branca, evento da Secretaria de Estado de Cultura, por meio da Fundação Clóvis Salgado. Em entrevista a esta pesquisa⁴⁹, João Perdigão explica o pensamento do grupo na época:

João Perdigão: A feira da Noite Branca, quem organizou foi o Dereco [...] a partir disso que a gente criou o Kamelô Gráfico [...] a ideia era fazer feiras, como se diz, feiraÉ [...] parasita. Tipo de tar rolando um evento, a gente... pelo fato da Noite Branca ter sido um evento grande, a gente falou: ãOw, quando tiver acontecendo um evento grande, vamos fazer feira parasita...ð

⁴⁸ Houve um mal-estar entre a produção do evento e os donos do Mercado Novo após o Vendendo Peixe, uma vez que o local foi transformado posteriormente em boate e os grafites, em decoração, explica Perdigão em entrevista a esta pesquisa: ãA gente queria fazer um evento pra pintar o terceiro andar e ele autorizou, mal sabíamos nós que a gente tava sendo boi de piranha pra eles fazerem as boates láõ.

⁴⁹ Depoimentos feitos em entrevista para esta pesquisa ou nos grupos focais desta pesquisa serão apresentados em itálico quando tiverem mais de quatro linhas.

A partir da experiência na Noite Branca, surge o coletivo Kamelô Gráfico, composto por João Perdigão, Flaviana Lassan, Alexandre Rato e Clarice G. Lacerda. A proposta do grupo era fazer uma ñfeira de artes gráficas independente e itinerante.

A iniciativa surgiu em Belo Horizonte em meados de 2011, com o objetivo de incentivar a circulação, divulgação e a troca de produções próprias do universo impresso: livros, revistas, zines, cadernos, cartazes, gravuras, estampas e até mesmo objetos e publicações usadas (sebo). Com uma proposta que vai além da obtenção de lucro, o Kamelô Gráfico busca estimular também um contexto de convivência e encontros entre diferentes produtores da cidade e o público interessado. Ou seja, além das barraquinhas, incentivamos que o público também leve suas coisas para poder trocar. A feira é aberta a produtores interessados em participar expondo seu trabalho, sendo cada um responsável por sua banca e vendas. (KAMELÔ GRÁFICO, 2013, s/p)

A partir de 2013 o número de feiras na cidade aumentou. Há o grupo do Kamelô Gráfico, que faz evento na rua ou em parceria com eventos, mas há também outras iniciativas. Ana Rocha, editora da Polvilho, organizou sua primeira feira em agosto daquele ano em uma lógica parecida com a Vendendo Peixe, ocorrida três anos antes, ou seja, de transformar um lançamento em feira. Ela explica como foi esse movimento em entrevista:

A primeira feira, que é de publicações independente, a gente fez eu ainda trabalhava com meu antigo sócio, né, o Caio Otta, e a gente fez...no dia que estava encerrando uma exposição minha, que era das ilustrações originais do nosso segundo livro, que chamava Gênese. Então a gente fez essa exposição com os originais no extinto Restaurante Popular, que era ali no Maletta. E, como uma coisa, assim, para encerrar a exposição e tal, a gente teve a ideia de fazer essa feira. 2013 estava bem no começo da editora [Polvilho] ainda, né. Ela nasceu em agosto de 2012. Então a gente tava começando a frequentar feiras e começando a entender um pouco isso e quisemos nos arriscar de fazer uma tentativa de fazer uma feira aqui.

Ainda em 2013, o grupo de João Perdigão levou a lógica da ñfeira parasita para a porta de eventos com os quais eles não fizeram parceria, como o Festival Internacional de Quadrinhos. Em novembro, fizeram o FIQ Aqui, que posteriormente viria a ser chamado de FIQ Fora, debaixo do viaduto de Santa Tereza, na porta da 8ª edição do FIQ, que ocorria na Serraria Souza Pinto. No fim daquele ano, a galeria Quartoamado ainda organizou uma série de feiras semanais, a Pernambuco.

A partir de 2014, os organizadores dessas iniciativas, que eram feitas sem muito contato uma com a outra, começaram a se unir para realizar feiras maiores. Assim surge, em maio de 2014, a Feira Gráfica, realizada pela Polvilho, da Ana Rocha; por A Zica, de João Perdigão; pelo cartunista Marcos Batista; e pelo Quartoamado, de Bernardo Biagioni. João explica a aproximação dos grupos:

João Perdigão: A gente viu que eles [Polvilho] tiveram a manha e falaram: ãOw, a gente também já tem a manha, vamo fazer junto.ð E o quartoamado também entrou nessa até, na real. [...] [E o] Batista. Na época, ele não era oficialmente da Zica, mas ele tava pra entrar na Zica, então foi meio que nós três.

A primeira edição da parceria ocorreu no Edifício Maletta, onde Ana Rocha já havia organizado uma feira, mas as edições seguintes, cada uma com um nome diferente, mudaram de endereço, como explica Ana:

Ana Rocha: A gente não pôde mais fazer no Maletta, que a gente teve uns problemas lá com o síndico [...] Mas teve questões burocráticas lá e de.. brigas com o síndico mesmo. E a mudança de nome, eu acho que é uma confusão mesmo. Eu não acho que a gente não sabia muito o que estava fazendo, né? Então na primeira feira teve um nome, que foi a feira de publicações independentes, que foi feita só pela Polvilho, depois a gente pensou nesse nome feira Gráfica.

Com a dinâmica das feiras de publicações independentes estabelecida, foram feitos vários eventos, cada um por um grupo ou por uma reunião de grupos diferentes, principalmente a partir de 2015, ano em que houve, além das feiras dos grupos que já citamos, iniciativas de alunos da Escola de Arquitetura da UFMG (Feira de Publicações Independentes Peixaria), da empresa de comunicação Pulo Comunicação e Arte (Faísca ã Mercado Gráfico) e de instituições culturais da cidade, como o Museu Mineiro (1ª Feira de Publicações e Artes Gráficas do Museu Mineiro). Ainda nesse momento em que diversas iniciativas surgiam e coexistiam, observamos a confluência de eventos de publicações em novembro daquele ano. Durante a 9ª edição do FIQ, que ocorria na Serraria Souza Pinto, havia dois eventos paralelos na porta do festival. Além do FIQ Fora, organizado pelas mesmas pessoas do FIQ Aqui, ocorreu a Faísca, que estava em seu primeiro ano. A Faísca havia sido convidada pelo evento para estar ali. Já o FIQ Fora foi feito na lógica da ãfeira parasitað. Afonso Andrade, organizador do FIQ, explica a parceria em entrevista para esta pesquisa: ãA gente trouxe a Faísca em 2015, ali pra frente da Serraria, numa parceria com eles... Por entender que é uma feira que se aproxima do Festival, né, no sentido de conteúdo, até. Muita gente de quadrinho, muito ilustrador participa da Faíscað. Essa situação, em que três eventos diferentes, organizados por grupos distintos, disputam um mesmo espaço e coexistem em paz mostra a potência das feiras de publicações de Belo Horizonte que, cinco anos antes, estavam apenas começando.

Com os dados coletados no jornal diário *O Tempo* e no jornal literário *Suplemento Literário de Minas Gerais*, além das pesquisas feitas no buscador Google e na rede social Facebook, fizemos um quadro com as feiras de publicações independentes de Belo Horizonte.

As feiras foram organizadas por data de forma a explicitar o crescimento da cena de 2010 a 2017, período em que concentramos nossos esforços. É importante frisar que, devido ao caráter pulverizado dessas feiras, que nem sempre ocorrem após um período de ampla divulgação, é preciso considerar possível que outros eventos de menor porte reunindo publicações independentes tenham ocorrido em Belo Horizonte nesse período.

Quadro 4: Feiras de publicações independentes em Belo Horizonte (2010-2017)

Data	Feira	Organizador ⁵⁰	Local
2010			
18/09/2010	Vendendo Peixe	<i>A Zica</i>	Mercado Novo (local parcialmente abandonado no centro da cidade de Belo Horizonte)
2012			
14/09/2012	Feira de publicações	Dereco ⁵¹	Parque Municipal Américo Renné Giannetti, durante a programação da Noite Branca
2013			
09/03/2013	Kamelô Gráfico	Kamelô Gráfico (João Perdigão, Flaviana Lassan, Alexandre Rato e Clarice G. Lacerda)	Rua Tomé de Souza, 810
31/8/2013	Feira de Publicações Independentes	Polvilho Edições	Segundo andar do edifício Maletta (Prédio localizado no centro de Belo Horizonte, reconhecido historicamente como local de encontro da boemia e intelectualidade local)
14/09/2013	Feira de Livros / Varal de Poesias	Virada Cultural (João Perdigão)	Coreto do Parque Municipal Américo Renné Giannetti, parte da programação da Virada Cultural
13-17/11/2013	8º FIQ	Afonso Andrade (PBH)	Serraria Souza Pinto (espaço de eventos)
13/11/2013	FIQ AQUI	Kamelô Gráfico, Desali, Dereco	Debaixo do viaduto de Santa Tereza
07/12/2013	PERNAMBUCO Feira de Publicações e Expressões Urbanas	Quartoamado	Esquina da Rua Pernambuco com Fernandes Tourinho, na Savassi (bairro boêmio de BH)
14/12/2013	PERNAMBUCO II	Quartoamado	Esquina da Rua Pernambuco com

⁵⁰ Editora, empresa, coletivo ou pessoa organizador da iniciativa

⁵¹ Também conhecido como Comum, o nome de Dereco é André Novais Machado. Nesta dissertação, usaremos o nome pelo qual ele era chamado na época dos eventos citados, Dereco.

	Feira de Publicações e Expressões Urbanas		Fernandes Tourinho, na Savassi
21/12/2013	PERNAMBUCO III Feira de Publicações e Expressões Urbanas	Quartoamado	Esquina da Rua Pernambuco com Fernandes Tourinho, na Savassi
2014			
17/05/2014	Feira Gráfica	A Zica, Marcos Batista, Polvilho Edições e Quartoamado	Segundo andar do edifício Maletta
16-22/07/2014	Variedades Literárias	Variável5	Galpão Cine Horto (espaço de BH dedicado à pesquisa e memória do teatro)
15-16/11/2014	Feira de Publicações Independentes do Circuito Literário Praça da Liberdade	Luiz Navarro e João Perdigão	Praça da Liberdade
2015			
18/04/2015	Feira Espanca! de publicações independentes	A Zica, Polvilho Edições e Quartoamado	Teatro Espanca! (espaço de BH dedicado à pesquisa do teatro)
09/05/2015	Feira de Publicações Independentes Peixaria	Espaço Experimental Peixaria	Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
20/06/2015	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	Centro Cultural do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG Cultural)
25/06/2015	Feira de Publicações Independentes (parceria com a Libre)	A Zica	Parque Municipal Américo Renné Giannetti, dentro da programação do FLI-BH
04-05/07/2015	Feira Elástica de Publicações Independentes	Coletivos 4y25, Vespa Cÿneclub	4y25 (espaço no segundo andar do edifício Maletta)
17/07/2015	1ª Feira de Publicações e Artes Gráficas do Museu Mineiro	Noturno nos Museus 2015	Gramado entre o Arquivo Público Mineiro e Museu Mineiro
18/07/2015	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
15/08/2015	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
12-12/09/2015	A Zica ã Feira de Publicações	A Zica	Em cima do Viaduto de Santa Tereza, parte da programação da

	Independentes		Virada Cultural de Belo Horizonte
19/09/2015	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
17/10/2015	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
11-15/11/2015	9º FIQ	Afonso Andrade (PBH)	Serraria Souza Pinto
11-15/11/2015	FIQ FORA	Kamelô Gráfico	Debaixo do viaduto de Santa Tereza
14/11/2015	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	Debaixo do viaduto de Santa Tereza
12/12/2015	Colofão Feira de Literatura Independente	Poesias Escolhidas Editora	ViaShopping Barreiro
2016			
30/01/2016	Dia do Quadrinho Nacional	Estúdio Black Ink (Ana Cardoso, Hilton Rocha, Régis Luiz e Ricardo Tokumoto), PBH, FMC e Biblioteca Infantil e Juvenil de Belo Horizonte	Biblioteca Infantil e Juvenil de Belo Horizonte
06/03/2016	Feira, Fraga?	Casa Ateliê	Casa Ateliê (espaço de eventos)
16/04/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
21/05/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
18/06/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
10/07/2016	Liga dos Autores Mineiros - Feira de Livros Independentes	Virada Cultural 2016	Centro de Referência da Juventude (CRJ)
16/07/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
04-06/08/2016	Faísca ð Mercado Gráfico no Festival Traço	Pulo Comunicação e Arte	A Autêntica (casa de shows)
17/09/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
17/09/2016	II Feira de Publicações Independentes	17º Festival Cenas Curtas	Galpão Cine Horto
08/10/2016	Faísca ã Mercado	Pulo Comunicação e	BDMG Cultural

	Gráfico	Arte	
19/11/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
26/11/2016	XIA - Feira de Publicações Ultra-independentes	Benfeitoria e Habitantes	Benfeitoria (espaço híbrido que funciona como bar, galeria de arte e casa de shows)
17/12/2016	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
18/12/2016	Feira de Autoras	Casa Imaginária e Quintal Edições	Casa Imaginária (espaço colaborativo em que ocorrem eventos culturais)
2017			
28/01/2017	1º Feira do Livro Anarquista de Belo Horizonte	Livraria Anarquista Avelino Fóscolo e COMPA	Sind-REDE
28/01/2017	Dia do Quadrinho Nacional	Estúdio Black Ink, PBH e FMC	CRJ
11/03/2017	Feira Textura	Lucas Brandão, Wallison Gontijo e Elza Silveira	Agosto Butiquim (bar)
18/03/2017	XIA ã Feira de Publicações Ultra-Independentes	Benfeitoria e Habitantes	Benfeitoria
20/05/2017	Faísca ã Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
10/06/2017	Feira Textura	Lucas Brandão, Wallison Gontijo e Elza Silveira	Agosto Butiquim
17/06/2017	Faísca ð Mercado Gráfico + Dia de Feira	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
15/07/2017	XIA ã Feira de Publicações Ultra-Independentes	Benfeitoria e Habitantes	Benfeitoria
15/07/2017	Faísca ð Mercado Gráfico + Dia de Feira	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
30/07/2017	Faísca ð Mercado Gráfico + Dia de Feira + FIF	Pulo Comunicação e Arte	Circuito Liberdade
19/08/2017	Faísca ð Mercado Gráfico + Circuito Fotografia e Patrimônio Cultural	Pulo Comunicação e Arte	Circuito Liberdade
19-20/08/2017	Feira de publicações	Anime Festival	Colégio Pio XII

	independentes		
17/09/2017	Faísca ï Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
23/09/2017	Feira Textura	Lucas Brandão, Wallison Gontijo e Elza Silveira	Agosto Butiquim
21/10/2017	Faísca ï Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	BDMG Cultural
18/11/2017	Faísca ï Mercado Gráfico	Pulo Comunicação e Arte	UNA ð Campus Liberdade
16/12/2017	Feira Textura	Lucas Brandão, Wallison Gontijo e Elza Silveira	Agosto Butiquim

Fonte: Elaborado pela autora.

O Quadro 4 aponta para um aumento da quantidade e da variedade das feiras de publicações independentes em Belo Horizonte a partir de 2013, um período de escassez dessas feiras em 2014, ano em que o país sediou uma Copa do Mundo, além de passar por um período eleitoral conturbado, que chegaria ao seu real fim com o impeachment da presidente Dilma Rousseff, em 2016. No entanto, a partir de 2015, podemos observar uma nova fase de crescimento. Essa tendência, porém, não foi duradoura. Levando em conta o universo das feiras de publicações independentes levantado, fica aparente que há, de fato, uma cena emergente, que começa a surgir em 2010 com ñVendendo Peixeò e ganha força, chegando a um ápice no número de feiras realizadas em Belo Horizonte no ano 2015. O número de encontros se mantém a partir de 2015, mas a variedade de feiras começa a cair a partir desta data. Parte das feiras citadas na reportagem publicada em *O Tempo*, em 2015, por exemplo (Feira de Publicações e Artes Gráficas do Museu Mineiro, Feira de Publicações Independentes do Galpão Cine Horto e Feira Elástica) só tiveram a primeira edição, não voltando a acontecer.

A sensação entre aqueles que organizaram as primeiras feiras, que deram origem ao atual momento, é de desalento, principalmente diante de uma economia desaquecida e da intensificação da dependência das decisões de incentivo governamentais:

[...] enquanto o movimento cresce e se consolida em muitas outras cidades, em Belo Horizonte a cena anda fraca. Algumas iniciativas acontecem aqui e ali, mas nenhuma tem o caráter de uma feira que represente Belo Horizonte no calendário nacional. Elas acabam se restringindo à produção local, como no caso da Faísca, uma feira mensal idealizada pelo pessoal da Pulo Comunicação e realizada no espaço do BDMG Cultural. É melhor do que nada, mas é ainda uma iniciativa muito acanhada. Entre 2013 e 2014 produzimos algumas feiras em parceria com amigos da *A Zica* e do Quartoamado. [...] Tudo feito na raça, sem nenhum apoio, como de costume. Pegamos cavaletes emprestados, caixotes de feira, tampos descartados nas ruas. Mas, mesmo

com pouca estrutura, foram feiras bastante movimentadas, com a presença de expositores de outros estados e um público local interessado em conhecer os trabalhos. A verdade é que perdemos o fôlego e não seguimos com a produção, e desde então estamos carentes de uma feira pra chamar de nossa. Ano passado, Luiz Navarro, um dos editores da *A Zica*, chegou a escrever um projeto pro edital de Lei de Incentivo Municipal, mas infelizmente não foi aprovado (ROCHA, 2017, p. 10-11).

Apesar de esse fenômeno editorial ter tido algum registro em periódicos belo-horizontinos, não foi encontrado um registro aprofundado de quem são os editores presentes nesses encontros, do material que apresentam ou de seus processos editoriais. Os organizadores dessas feiras e seus objetivos têm algum registro nos periódicos, mas de forma anedótica. Além disso, os mecanismos usados por eles para financiá-las também são de interesse, uma vez que revelam uma rede de relacionamentos do campo editorial interessada na existência desse tipo de espaço e que determina suas características. Afinal, se há um número crescente de feiras de publicações independentes, é porque há interesse do campo artístico ou editorial, ou de parte do campo, em que esse local de legitimação exista.

O produtor do valor da obra de arte não é o artista, mas o campo de produção enquanto universo de crença que produz o valor da obra de arte como fetiche ao produzir a crença no poder criador do artista. [é] Ela [a ciência das obras de arte] deve levar em conta, portanto, não apenas os produtores diretos da obra em sua materialidade (artista, escritor, etc.), mas também o conjunto dos agentes e das instituições que participam da produção do valor da obra através da produção da crença no valor da arte em geral e no valor distintivo de determinada obra de arte, críticos, historiadores da arte, editores, diretores de galerias, marchands, conservadores de museu, mecenas, colecionadores, membros das instâncias de consagração, academias, salões, júris etc., e o conjunto das instâncias políticas e administrativas competentes em matéria de arte (ministérios diversos i segundo as épocas i , direção dos museus nacionais, direção das belas-artes etc.) que podem agir sobre o mercado da arte, seja por veredictos de consagração acompanhados ou não de vantagens econômicas (compras, subvenções, prêmio, bolsas etc.), seja por medidas regulamentares (vantagens fiscais concedidas aos mecenas ou aos colecionadores etc.), sem esquecer os membros das instituições que concorrem para a produção dos produtores (escolas de belas-artes etc.) e para a produção de consumidores aptos a reconhecer a obra de arte como tal, isto é, como valor, a começar pelos professores e pais, responsáveis pela insinuação inicial das disposições artísticas (BOURDIEU, 1996, p.259).

Em um cenário de aumento dos produtores simbólicos ditos independentes, como aponta Muniz Jr., e do número de feiras literárias pelo país, como comenta o escritor Edyr Augusto, e do número de feiras independentes no Brasil, como indica o levantamento apresentado nesta pesquisa e foi noticiado pelo no jornal *O Tempo*, podemos justificar a pesquisa proposta por seu caráter de investigação e registro histórico de uma cena que ocorre na cidade de Belo Horizonte. Como esses eventos se estruturam e financiam? Quem são os editores e autores? Qual é sua relação com o elusivo conceito de ñindependenteò? Quais são

as práticas editoriais desses publicadores? Essas são as perguntas que esta dissertação pretende responder.

Para tanto, focamos nossa investigação nas redes de relacionamentos que criam e mantêm essas feiras de publicações independentes. Afinal, se a existência dessas feiras é sinal de uma renovação do mercado editorial, uma vez que essas feiras ão visibilidade a modalidades de produção artística que, tendo existência recente, ainda não lograram o prestígio de que gozam outros gêneros já consolidados (MUNIZ JR., 2017, p.6), é preciso entender quais mecanismos ou incentivos governamentais, como é tradição no Brasil, possibilitam que esses espaços e a renovação proporcionada por eles continuem a existir.

Para além de um registro do perfil demográfico dos expositores das feiras Faísca e Textura, que será apresentado no próximo capítulo, investigamos também os processos editoriais aplicados pelos editores independentes presentes nessas feiras. O modo de fazer o que fazem são elementos fundamentais para a compreensão do que pode ser independente ou não (OLIVEIRA, 2017, p.81). Afinal, como defende Pablo Guimarães de Araújo:

(...) num período de tantas incertezas e divergências, em que as indagações e os questionamentos superam em muito as respostas, várias reflexões apontam para uma mesma direção e vislumbram a curto prazo o mercado editorial como um território de experimentações, previsões e, sobretudo, dúvidas (ARAÚJO, 2016, p. 11).

CAPÍTULO 4 – UM MERGULHO EM DUAS FEIRAS DE BH: RESULTADOS

4.1 Faísca – Mercado Gráfico

Em 2009, durante a 6ª edição do Festival Internacional de Quadrinhos⁵², o artista gráfico João⁵³ lançou a revista *Peiote*. A publicação era uma antologia de quadrinhos fantásticos reunindo autores brasileiros, de publicação independente, sob o selo Macacos Humanos Editorial. Durante os seis dias de outubro durante os quais o festival aconteceu, João vendeu a maior parte das revistas que havia levado. Foi quando o festival acabou e ele buscou, sem sucesso, locais nos quais pudesse voltar a ter o contato direto com o leitor visto no FIQ que ele percebeu a necessidade de a cidade de Belo Horizonte ter encontros de publicações independentes além do FIQ, que ocorre de dois em dois anos.

João: Em 2009, eu lancei uma revista no FIQ, Peiote o nome dela, e, na época, o FIQ era o único evento, nem tinha essas outras feiras. De dois em dois anos a gente tinha esse contato com o público e depois mais nada. Nessa época, eu lancei essa revista, ela vendeu bem, mas era uma coisa que eu tinha que esperar mais dois anos para vender o resto. Então eu comecei a ter essa ideia de uma feira que fosse periódica, mensal, alguma coisa assim. Para ser uma coisa mais cotidiana, não ser esse evento bombástico igual o FIQ, assim, de venda para caramba, mas que a gente conseguisse ir desaguando mesmo essa produção.

A solução encontrada por João e por Helen Murta, sua parceira no trabalho na Pulo Comunicação e Arte e sua esposa, foi a feira Faísca – Mercado Gráfico. A dupla faz questão de informar que já havia outras feiras na cidade, mas a questão que queriam frisar era a periodicidade, coisa que nenhum dos encontros da época oferecia.

Helen Murta: [...] a gente até sempre ressalta que nessa época já estavam acontecendo diversas feiras sem essa questão da periodicidade, inclusive pelo fato de, ao se fazer independente, ser muito mais complicado em termos de custo, trabalho, tempo. [...] a maioria delas [das feiras] era o João Perdigão quem fazia [...]

João: Mas, assim, de todas essas feiras, nenhuma tinha uma periodicidade definida, ou então eram anuais ou bienais, igual o FIQ. Às vezes também a feira acontecia e ela quando acontecia de novo seria em outro espaço. Não tinha nenhuma feira próxima dessa ideia que a gente estava conversando com o BDMG [Cultural].

Helen Murta: O que a gente percebeu foi isso. No independente, a gente não ia fazer. A gente ia fazer por meio de recursos que viabilizassem a produção.

A feira se materializou graças ao apoio do BDMG Cultural em 2015. A Faísca saiu do papel em 20 de junho de 2015. Dessa data até o encerramento da temporada de 2017 (18 de

⁵² Ocorrido de 6 a 12 de outubro no Palácio das Artes e no Parque Municipal Américo Renné Giannetti.

⁵³ João é nome artístico de João Felipe Gonçalves Ferreira. Nesta dissertação, nos referiremos a ele pelo nome pelo qual prefere ser chamado, João.

novembro), foram realizadas 23 edições, cada uma recebendo de 20 a 70 expositores independentes (usualmente são 45). Ao todo, o evento recebeu mais de 350 expositores diferentes ao longo de suas três temporadas (2015, 2016 e 2017). O Instituto foi o primeiro e, até a temporada de 2017, o principal patrocinador da empreitada:

*Helen Murta: A gente estava acostumado a apresentar os projetos da Pulo [Comunicação e Arte][...]. Aí, eu ligo lá [no BDMG Cultural] e estava o João Paulo Cunha⁵⁴, que a gente conversava muito no Estado de Minas. Ele, inclusive, foi meio padrinho do [Festival] Traço⁵⁵ na divulgação, no acolhimento da ideia, em receber a gente. E eu estou lá, explicando os projetos da Pulo, falando que a gente quer apresentar várias coisas. Na época, eu trabalhava com produção de banda, tinha coisas do Jão, então tinha aquele pacote de projetos. Eu falei com ele [do projeto da Faísca] e ele: **“Não, já conheço. Helen, é comigo que você está falando.”** E eu, não acostumada com as pessoas já me conhecerem [pensei:] **“Ó, que bom!”** Levamos essa série de projetos.*

Helen e Jão buscaram o BDMG Cultural e apresentaram sua ideia de feira de publicações. Inicialmente, tinham duas propostas para a formatação da feira: fazê-la exclusivamente com artistas convidados ou abrir editais mensais, convidando publicadores da cidade a expor seus trabalhos. A preferência da dupla era em fazer os convites, mas, seguindo o interesse do BDMG Cultural na figura de seu presidente, eles fecharam a parceria com o BDMG Cultural com editais mensais. O patrocínio do BDMG Cultural era feito por apoio direto. Eles ofereciam o espaço (escadarias da sede da entidade), financiavam a produção (realizada pela Pulo Comunicação e Arte), alugavam a estrutura (aluguel de mesas, cadeiras, toalhas de mesa) e ofereciam os serviços de uma auxiliar e um segurança que trabalham no local. A entidade ainda financiou a elaboração da identidade visual da Faísca (feita por Jão, sendo a marca projeto de Matheus Ferreira) e a impressão de um livreto apresentando o projeto. Esse financiamento inicial, profundamente marcado pelas posições de Jão e Helen no campo, assim como pela nova posição e pela disposição de João Paulo Cunha, são explicadas por Bourdieu:

O campo é uma rede de relações objetivas (de dominação ou de subordinação, de complementaridade ou de antagonismo etc.) entre posições [...] Cada posição é objetivamente definida por sua relação objetiva com outras posições [...] Todas as posições dependem, em sua própria existência e nas determinações que impõem aos seus ocupantes, de sua situação atual e potencial na estrutura do campo, ou seja, na estrutura da distribuição das espécies de capital (ou de poder) cuja posse comanda a obtenção dos lucros específicos (como o prestígio literário) postos em jogo no campo (BOURDIEU, 1996, p. 261).

⁵⁴ O jornalista, filósofo, pedagogo e psicólogo foi editor do caderno de Cultura do *Estado de Minas*, onde trabalhou por 25 anos, até dezembro de 2014. Ele foi presidente do BDMG Cultural de 2015 a 2017.

⁵⁵ Festival organizado pela Pulo Comunicação e Arte que reúne música e desenho ao vivo.

Uma vez que os organizadores não sentiam que conseguiriam reunir um número grande de expositores a partir de um edital já na primeira edição, a Faísca estreou em 20 de junho de 2015 com cerca de vinte expositores convidados para o evento. O edital foi aberto a partir da segunda edição, a qual também teve uma parte de convidados. Somente na terceira edição é que o edital passou a ser a forma de seleção da maior parte dos expositores. Esse formato de seleção dos expositores foi aplicado durante os dois primeiros anos da feira. A partir de 2017, a feira passou a ser patrocinada por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, aumentando o aporte financeiro. A mudança na curadoria dos expositores foi impulsionada pela percepção de que havia uma hegemonização do material apresentado na feira.

Jão: No ano de 2015, 2016, a gente percebeu que o pessoal de papelaria estava vendendo muito mais, muito mais mesmo. E a feira começou a virar uma feira de caderninhos, sabe? E a ideia da Faísca sempre foi incentivar essa produção artística mesmo. Começou a virar uma tendência entre os outros expositores. Então, alguém que fazia quadrinho parou de fazer quadrinho para fazer caderninho para vender. A galera vendia ou print ou caderninho. O pessoal da literatura parou de ir. [é] Então, a gente foi pensando, ao longo do ano passado, até que a gente chegou nesse formato.

Para garantir que não houvesse uma dominação de um tipo de produto na feira, Jão e Helen dividiram a feira em dez seções: quadrinhos, literatura, design, ilustração, fotografia, gravura, arte digital, livros de artista, zine e papelaria. Para eles, o ideal seria que cada seção tivesse ao menos cinco expositores, criando dentro da Faísca um *ñpanorama* do mercado gráfico de Belo Horizonte, frase que virou o slogan da feira em 2017. Até o fim de 2017, eram selecionados de 35 a 40 expositores e convidados de cinco a dez expositores por edital. A cada edição foram recebidas cerca de 65 a 70 inscrições. Esse número já passou dos 80 no caso de edições especiais, feitas em parcerias com outros eventos. Em 2017, a organização da Faísca passou a pedir duas publicações de cada expositor a título de taxa de participação⁵⁶.

⁵⁶ O material coletado ao longo de 2017 foi transformado na Fanzinoteca Faísca, uma seção da biblioteca do centro cultural municipal Usina de Cultura, em Belo Horizonte.

Figura 5: Faísca em 2015



Fonte: Gabriel Augusto/ Faísca/ Facebook

Essa mudança na seleção teve duas consequências. A primeira foi a mudança de foco dos expositores convidados à feira. A partir de 2017, o convite foi quase exclusivamente a editores que publicam literatura e quadrinhos, os dois setores que mais se afastaram da Faísca em sua fase de caderninhos. Além disso, a dupla curadora do evento passou a buscar nomes mais expressivos dessas áreas para atrair um público especializado. A segunda consequência foi a mudança do edital de inscrição, que se tornou mais exigente. O que antes era um formulário online simples, com poucas perguntas acerca do nome, experiência e trabalho dos aspirantes a expositores, ficou mais complicado em 2017:

Jão: Antes, a gente fazia uma curadoria mais simples. A gente dava uma olhada no trabalho e ia tentando encaixar. Marca de roupas, de bolsa é essas coisas a gente elimina porque a gente acha que já tem outras feiras voltadas para isso. Aí esse ano [2017] a gente criou uma série de critérios e pontuações para poder selecionar esses expositores. O artista ou coletivo escreve um texto de apresentação sobre ele, sobre o que ele faz. Mostra o portfólio dele. E aí tem os critérios artísticos, que a gente também avalia. [é] Até o nosso edital ficou mais complexo. É um edital bem chato, na verdade. Mas a gente viu que estava precisando disso. Para você viver da sua arte, você depende de alguns outros fatores além da arte. Como é o caso de você entrar em editais de lei de incentivo e tal. O pessoal estava muito cru, então a gente quis colocar essas dificuldades, essas barreirinhas, mais para já ir criando um sistema que a pessoa entende que é aquilo ali é o que ela tem que fazer para viver daquilo que ela está criando.

Os critérios de seleção de 2017 foram distribuídos em dois campos: avaliação do trabalho e consistência da inscrição. Dentro da avaliação do trabalho foram distribuídos

pontos para editores que planejavam fazer um lançamento durante a feira e para quem apresentava um trabalho de experimentação ou inovação. Produções com impacto social e cultural também eram reconhecidas, assim como um bom portfólio do editor e um bom trabalho de pesquisa. Já na consistência da inscrição, era avaliado o processo em si, como saber descrever o próprio trabalho, ter variedade de produtos, fornecer imagens em boa qualidade para a organização do evento, saber descrever o próprio catálogo e haver compatibilidade entre o que era descrito e o material apresentado por meio de fotos.

Figura 6: Critérios de seleção da Faísca (2017)

Critérios de seleção	
Avaliação do trabalho • Lançamentos: 10 pontos • Experimentação: 10 pontos • Inovação: 10 pontos • Portfólio: 5 pontos • Pesquisa: 5 pontos • Impacto social: 5 pontos • Impacto cultural: 10 pontos	Consistência da inscrição • Descrição/apresentação: 10 pontos • Variabilidade dos produtos: 5 pontos • Imagens: 10 pontos • Descrição para o catálogo: 5 pontos • Compatibilidade entre a descrição e o material apresentado: 15 pontos

Fonte: FAÍSCA, 2017, p. 27.

Os critérios de seleção pareceram, num primeiro momento, excessivamente detalhados para os próprios organizadores da feira. Posteriormente, porém, confirmaram-se necessários quando Jão e Helen receberam inscrições em que, quando era pedido que o expositor fizesse um texto básico sobre seu trabalho, chegavam respostas como livros em vez de uma explicação mais detalhada, com informações sobre o trabalho do expositor.

Helen Murta: A gente coloca: "Fale, por exemplo, há quanto tempo você trabalha, quais técnicas você usa, quais influências que você tem; evite falar que é lindo e único seu trabalho, porque a gente não vai saber em relação a o quê. Então, nesse manualzinho, assim, está bem mastigadinho. A gente até pensou: "Será que está bobo e repetitivo?". Mas alguns artistas vieram falar: "Que bom que vocês deram esses toques, para a gente servi".

Helen e Jão haviam esbarrado em uma consequência histórica da divisão de trabalhos entre autor e editor, deixando para o autor a criação e para o editor a capacidade de entender demandas do mercado e de jogar o jogo bourdiano. Essa incapacidade do autor-editor de responder a questões sobre a sua produção é a versão atual do não um pouco paradoxal

(CHARTIER, 1998a, p. 42) observado por Chartier no século XVIII:

Assim, na segunda metade do século XVIII, constitui-se um elo um pouco paradoxal entre a profissionalização da atividade literária (ela deveria acarretar uma remuneração direta que permitisse aos escritores viver de sua pena) e a auto-representação dos autores em uma ideologia do gênio próprio, baseada na autonomia radical da obra de arte e no desinteresse do gesto criador (CHARTIER, 1998a, p. 42).

Os curadores observaram duas vantagens em ter um processo de seleção rígido que exigisse que essa lógica secular fosse invertida: melhorar o nível técnico dos expositores selecionados para a feira, e empoderar os autores e editores independentes ao ensinar a eles como lidar com documentos burocráticos, abrindo portas de financiamentos público, por meio de leis de incentivo à cultura, a obras futuras dos artistas. Outra mudança foi no mapa da feira. Nas últimas edições de 2016, Helen e Jão começaram a repensar a distribuição de bancas no espaço, reunindo expositores com materiais parecidos.

Jão: Antes a gente misturava tudo. Aí, alguém que ia [à feira] por uma história em quadrinhos acabava conhecendo outras coisas. Só que a gente viu que isso não estava funcionando tão bem. Porque a pessoa às vezes ia específico na mesa de quadrinhos de um autor ~~XXXX~~ e ia embora. Não tinha nada [em volta] que interessava. A gente passou a juntar esses setores em pontos específicos do mapa, porque [se] você vai querendo quadrinho, acaba vendo outros [quadrinhos]. E pode criar o interesse.

Faísca



Podemos observar os processos curatoriais de Jão e Helen da abertura do edital de ocupação da feira até a distribuição dos expositores no espaço em que a Faísca ocorre. As decisões curatoriais da dupla que levaram ao formato visto ao fim de 2017 foram:

- õ seleção por edital público e por convite;
- õ divisão da feira em dez seções;
- õ convite a expositores nas seções em que era observado menor número de editores;
- õ convite a expositores de nomes expressivos;
- õ criação de um processo de seleção mais exigente;
- õ readequação do mapa de expositores.

Esses são os momentos em que há uma decisão específica que marca a busca de Jão e Helen por um processo curatorial que funcione para a feira de publicações independentes. Mas não é somente nesses momentos que vemos o processo curatorial da dupla. A criação da feira, passando pelo desejo de mostrar um ãpanorama do mercado gráfico de Belo Horizonteò, a observação de uma transformação da Faísca em uma ãfeira de caderninhosò, o esforço de criar mecanismos que impedissem que o espaço criado por eles deixasse de representar a produção artística gráfica, seja ela literária ou não, e o incentivo que autores-editores assumissem o aspecto mercadológico da edição além da publicação em si, mostram que Jão e Helen têm uma vontade e fazem um esforço concreto de cuidar (*curare*) dessa cena de publicações independentes.

4.1.1 Estrutura interna e troca de capitais

A estrutura da equipe da Faísca também foi mudando ao longo dos anos. No primeiro ano, o orçamento, financiado diretamente pelo BDMG Cultural, era de R\$ 1.500 por edição. Após a primeira edição, em que Jão e Helen Murta trabalharam sozinhos, eles contrataram uma estagiária, Rafaella Rodinistzky, para trabalhar na Pulo Comunicação e Arte, e ela participou também das edições de 2015, que foram organizadas pelos três. Em 2016, o orçamento da Faísca, ainda financiado diretamente pelo BDMG Cultural, foi de R\$ 2.000 por edição. Durante esse ano, eles contrataram um designer, Matheus Ferreira, e uma produtora, Ana Paula Garcia, para trabalhar no Festival Traço, e eles colaboraram também com a feira durante o período de produção do Traço⁵⁷. Garcia ainda colaborou com a produção da Faísca nas edições de 18 de junho e 16 de julho de 2016.

⁵⁷ Foi feita uma edição conjunta do Traço e da Faísca de 4 a 6 de agosto de 2016.

Em 2017, a Faísca passou a ser financiada com recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura e, a partir daí, foi contratada uma equipe específica para o evento. Durante 2017, a Faísca contou com o designer Matheus Ferreira, a produtora Ana Carolina Antunes, o produtor local⁵⁸ Del Lopes, o gestor de redes sociais João Santos⁵⁹ e a empresa de fotografia Área de Serviço, que registra os eventos. O projeto da Faísca ã Mercado Gráfico foi proposto no subsetor Artes Visuais por Helen Murta para incentivo fiscal, recebeu nota 92 e foi contemplado com R\$ 96 mil, após pedido de R\$ 120 mil, no edital 2015 da Lei Municipal de Incentivo à Cultura (BELO HORIZONTE, 2015). A Comissão Municipal de Incentivo à Cultura (CMIC) que aprovou o projeto foi presidida por Murilo Junio Rezende Pereira.

Duas empresas apoiaram o projeto por meio da lei: o BDMG Cultural (com R\$ 50 mil) e o Centro Universitário UNA (com R\$ 46 mil). O apoio do banco BDMG se deu a partir do contato que os organizadores da Faísca já tinham na empresa. Já com a UNA, o contato para a captação foi feito a partir de uma empresa especializada nesse tipo de serviço, que apresentou a Pulo Comunicação e Arte ao centro universitário graças a um interesse do grupo, que abria, na época, um curso de design. A Pulo fez uma edição da Faísca na UNA ã Campus Liberdade (em novembro de 2017), onde os organizadores participaram de bate-papos em salas de aula e receberam alunos que trabalham no UNA 360, uma agência laboratório, para trabalhar na produção local e fazer coberturas de vídeo das edições de 15 de julho e 19 de agosto de 2017.

Levando essas informações em consideração, podemos observar que a estrutura interna da Faísca ã Mercado Gráfico é centralizada no casal Helen Murta e Jão e em sua empresa, Pulo Comunicação e Arte. Outros agentes que trabalham no evento são contratados pela dupla, por meio da Pulo. Inicialmente, são contratados profissionais para outros projetos da empresa, que trabalham também na Faísca. E, quando ocorre a entrada de recursos captados por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, que permite a contratação de outros profissionais, também são contratados por meio da Pulo Comunicação e Arte.

⁵⁸ O produtor local só trabalha no dia do evento.

⁵⁹ João Santos participou somente da edição de junho e da primeira edição de julho.

Quadro 5: Dados gerais da Faísca ï Mercado Gráfico (2015-2017)

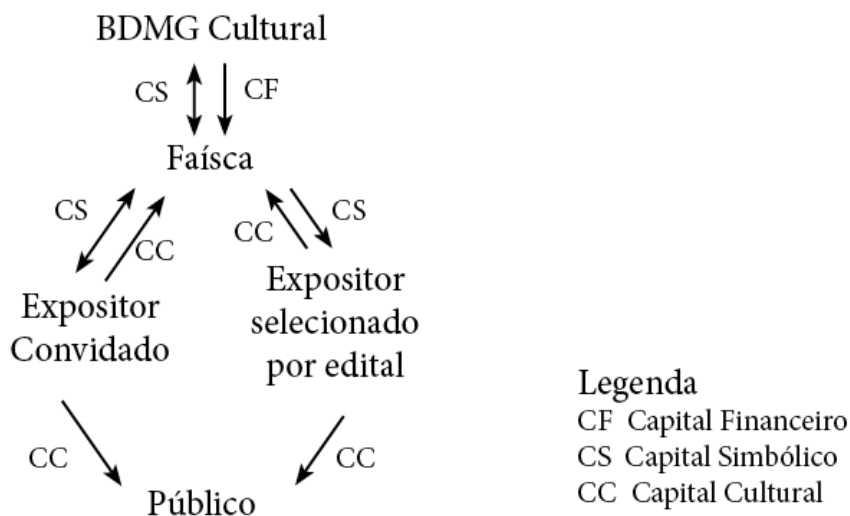
	Temporada 2015	Temporada 2016	Temporada 2017
Número de edições	6	9	8
Valor (por edição)	R\$ 1.500	R\$ 2.000	R\$ 12 mil ⁶⁰
Valor (da temporada)	R\$ 9.000	R\$ 18 mil	R\$ 96 mil
Financiamento	BDMG Cultural (apoio direto)	BDMG Cultural (apoio direto)	Patrocínio do BDMG (R\$ 50 mil) e Centro Universitário UNA (R\$ 46 mil) por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura (edital 2015) e apoio do BDMG Cultural
Equipe	Jão, Helen Murta (criadores do evento), Rafaella Rodinistzky (estagiária da Pulo Comunicação e Arte) e fotógrafo Luiz Carlos Oliveira (parte das edições)	Jão, Helen Murta (criadores do evento), designer Matheus Ferreira (edição de agosto), produtora Ana Paula Garcia (edições de junho, julho e agosto) e fotógrafo Luiz Carlos Oliveira (parte das edições)	Jão, Helen Murta (criadores do evento), designer Matheus Ferreira, produtora Ana Carolina Antunes, produtor local Del Lopes, gestor de redes sociais João Santos e empresa de fotografia Área de Serviço

Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando o processo de criação e as mudanças pelas quais a Faísca passou ao longo de suas temporadas 2015, 2016 e 2017, é possível observar como a forma de fazer e patrocinar a feira de publicações se transformou. Com a estrutura interna da Faísca ï Mercado Gráfico centralizada em Helen e Jão, por meio da Pulo Comunicação e Arte, podemos observar que as relações desses agentes da feira com o campo do poder são explicitadas em parcerias firmadas, a começar pela parceria com o BDMG Cultural, assinada pelo presidente João Paulo Cunha. Considerando as palavras de Helen, é possível dizer que o apoio direto só foi possível porque tanto a produtora quanto sua empresa já eram conhecidos pelo presidente do instituto, que havia assumido o cargo naquele mesmo ano (2015), após ter passado os 25 anos anteriores no jornal *Estado de Minas*. Incluindo as relações da feira com os expositores e suas relações com o público, poderíamos representar, de forma simplificada, as trocas entre agentes e posições em torno da Faísca nos anos de 2015 e 2016 à luz dos conceitos de capital de Bourdieu (1996).

⁶⁰ Média calculada por Jão e Helen Murta durante a entrevista de 4 de outubro de 2017.

Figura 8: Relações de poder entorno da Faísca (2015 e 2016)

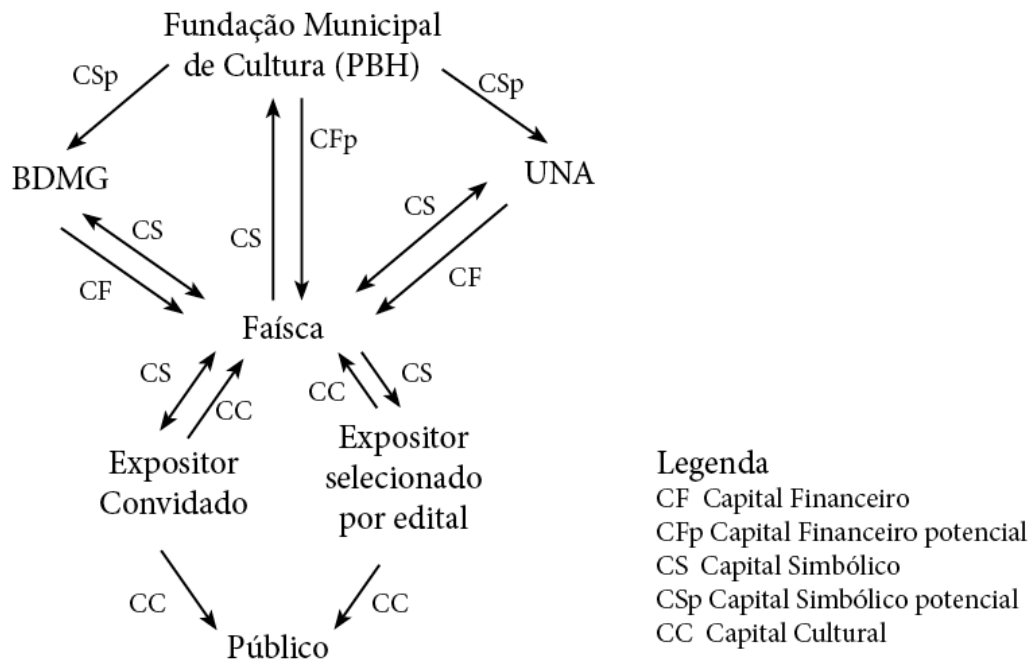


Fonte: Elaborado pela autora.

Observamos o recebimento de capital financeiro, definido por Bourdieu como ãdomínio direto ou indireto (por intermédio do acesso aos bancos) de recursos financeiros (2005, p.26), pela Faísca do BDMG Cultural e uma troca de capital simbólico entre eles: o BDMG Cultural recebe capital simbólico por ter em sua sede um evento cultural voltado para publicações independentes e a Faísca tem suas atividades legitimadas por exercê-las na sede do instituto. A Faísca também faz trocas com seus expositores. No caso do expositor convidado, observamos uma troca de capital simbólico (a Faísca legitima o convidado e o convidado legitima a feira) e um recebimento de Capital Cultural por parte da Faísca pelo expositor convidado (esse capital cultural é materializado em seu trabalho). No caso do expositor selecionado por edital, ocorrem trocas similares, com exceção do recebimento do capital simbólico por parte da Faísca. Apesar de ser possível argumentar que o conjunto dos expositores selecionados por edital constituem um capital simbólico que é recebido pela feira, o capital simbólico oferecido por cada expositor selecionado por edital individualmente não é comparável ao capital simbólico dos expositores específicos.

Por fim, o público recebe capital cultural, materializado no produto comprado na feira. É importante observar que outras trocas são possíveis, mas a proposta do diagrama é simplificar um sistema que tem as complexidades das relações humanas e, para isso, é preciso desconsiderar algumas trocas e focar naquelas que consideramos serem as principais para este estudo.

Figura 9: Relações de poder no entorno da Faísca (2017)



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir de 2017, quando a Faísca começa a ser realizada com recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, podemos observar uma mudança nas trocas realizadas, em especial no que diz respeito ao financiamento. A começar pela relação da feira com a Fundação Municipal de Cultural (e, conseqüentemente, com a Prefeitura de Belo Horizonte) através da lei. Aprovada, a feira recebe um capital financeiro potencial, uma vez que recebe a autorização para captar recursos, e não o dinheiro em si. Uma vez captado o recurso, entrega um capital simbólico, materializado na realização da feira. A Fundação Municipal de Cultura ainda entrega um capital simbólico potencial ao permitir que empresas, neste caso o BDMG e o Centro Universitário UNA, usem parte do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) devido em apoio a projetos culturais, nesse caso a Faísca. As trocas entre a Faísca e seus apoiadores mantêm-se similares, assim como as trocas entre a Faísca e os expositores e entre estes e o público.

Os apoios diretos do BDMG Cultural e o patrocínio do banco BDMG e do Centro Universitário UNA, por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, são exemplos de relações dos agentes da feira com o campo do poder, mas essas conexões não se encerram aí. Ao longo das três temporadas estudadas nesta pesquisa, outras relações tornam-se claras em edições da Faísca que são feitas em parceria com outros eventos e locais. Há outros casos nas

temporadas de 2015 e 2016, mas vamos focar na temporada de 2017, quando houve um grande número de edições que foram realizadas em parceria com outros eventos.

Já operando com recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, a Faísca tem sua edição de encerramento (18 de novembro) da temporada 2017 na UNA – Campus Liberdade. Nas edições de 17 de junho e de 15 de julho de 2017, a feira ocorre em parceria com o projeto Dia de Feira, uma iniciativa apresentada pelo Instituto Unimed BH e realizada pela Altiplano que pretende valorizar as feiras não só como espaços de trocas comerciais [é], mas também como espaços de trocas simbólicas e culturais (DIA DE FEIRA, 2016). Na Faísca, essa parceria se materializou em uma programação musical, composta de dois shows e um DJ nas edições citadas.

Na edição de 30 de julho da Faísca, foram feitas duas parcerias. Além do Dia de Feira, que levou dois shows e discotecagem ao evento, a Faísca ocorreu dentro da programação do Festival Internacional de Fotografia de Belo Horizonte (FIF) e foi deslocada, ocorrendo em frente ao Memorial Minas Gerais Vale, na Alameda da Educação, na Praça da Liberdade. O FIF foi coordenado por Bruno Vilela e Guilherme Cunha.

Helen Murta: Hoje em dia, quando a gente está estabelecendo parcerias para levar para outros eventos, é dentro de uma troca mesmo. Igual a conversa que a gente teve, supertransparente, com o FIF. Eles chegaram: “Olha, a gente tem que fazer a feira, está proposta para o último dia [do FIF]. A gente vai fazer de qualquer forma, mas é muito mais legal para a gente ter essa parceria”. E a gente falou: “Então a gente vai trazer uma [edição] do nosso projeto, que vai ser antecipada, e vamos combinar com vocês contrapartidas dentro disso”. Porque é isso, [quando é proposta uma parceria], além de todo trabalho que a gente sempre tem, aumenta o trabalho, porque é mudar de lugar, é uma série de especificidades. [As contrapartidas foram] uma oficina e um bate-papo que rolou antes do FIF sobre a política das imagens. E a gente rachou a grana de licenciamento [de fazer o evento na rua]. E o Museu Mineiro, que era apoiador deles, nos apoiou com estrutura de cobertura.

Na edição de 19 de agosto de 2017, nova parceria foi feita e a Faísca integrou as atividades do Circuito Fotografia e Patrimônio Cultural, que também ocorreu na Alameda da Educação, na Praça da Liberdade. O evento foi realização do Instituto Estadual de Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (Iepha-MG), em parceria com o coletivo mineiro NITRO. Ao contrário do FIF, que foi uma parceria organizada diretamente com a Pulo, a parceria com o Circuito Fotografia e Patrimônio Cultural foi feita por meio do BDMG Cultural, que recebeu a proposta de participar do evento por meio da presença da Faísca. A parceria, porém, não foi considerada satisfatória pelos criadores da Faísca:

Helen Murta: Enfrentamos uma série de problemas e burocracias para usar aquele espaço. [é] Esse evento foi produzido pelo Iepha, foi junto com uma agência superlegal, que até tem sido expositora na Faísca em algumas edições, que é a

NITRO. [é] A gente contava com o apoio que o Memorial Minas Gerais Vale dava para o FIF. [é] A gente enfrentou uma série de coisas e a gente chegou à conclusãoé Assim, acho que a praça [da Liberdade] não quer tanto a Faísca como a Faísca quer a praça.

Em 2017, ainda foram realizadas outras três edições da feira, em 20 de maio, 17 de setembro e 21 de outubro, que não contaram com parcerias além das firmadas por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura. As parcerias ocorridas ao longo de 2017 podem ser interpretadas como trocas de capital simbólico entre eventos que ocorrem na região Centro-Sul de Belo Horizonte, ou, para sermos mais específicos, nos arredores da Praça da Liberdade. Com um número grande de produtores independentes, a Faísca leva seu capital cultural e simbólico, relevante o bastante para que a organização do Circuito Fotografia e Patrimônio Cultural pedisse ao BDMG Cultural que uma edição da feira fizesse parte de sua programação. E recebe, em troca, a legitimidade de ocupar a Praça da Liberdade, espaço dedicado às artes que, como observou Helen Murta, parece criar barreiras para a realização de eventos que não pertencem ao calendário do Circuito Liberdade.

Quadro 6: Edições da Faísca ï Mercado Gráfico e suas parcerias (excluindo patrocínio) em 2017

Data	Parceiros	Local
20/05/2017	--	BDMG Cultural
17/06/2017	Dia de Feira	BDMG Cultural
15/07/2017	Dia de Feira	BDMG Cultural
30/07/2017	Dia de Feira e Festival Internacional de Fotografia (FIF)	Circuito Liberdade
19/08/2017	Circuito Fotografia e Patrimônio Cultural	Circuito Liberdade
17/09/2017	--	BDMG Cultural
21/10/2017	--	BDMG Cultural
18/11/2017	Centro Universitário UNA	UNA ð Campus Liberdade

Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando-se ainda que o deslocamento geográfico foi pequeno, pode-se argumentar que a união da feira com outros eventos funciona, também, como uma forma de aumentar o público de ambos. Na edição da Faísca ocorrida na UNA ð Campus Liberdade (em 18 de novembro), o evento foi deslocado menos de um quarteirão de seu endereço

habitual. O mesmo vale para as edições da feira que ocorreram na Alameda da Educação, na Praça da Liberdade (em 30 de julho e 19 de agosto), o local fica a cerca de três quarteirões do BDMG Cultural, onde a maior parte das edições das temporadas 2015 e 2016 ocorreram.

Feiras são ambientes marcados por um fazer coletivo. Não importa qual é o foco da feira (legumes, artesanato, cerveja ou publicações independentes, como é o caso da Faísca), esse tipo de evento é, invariavelmente, uma reunião de produtores de diferentes origens, com diferentes níveis de dedicação a seu trabalho e que ocupam diferentes posições dentro de seu campo. O ambiente interno de uma feira, assim como as relações que seus muitos agentes travam ali, são diversas e complexas. Não obstante, esperamos ter mostrado que é possível traçar as relações principais, aquelas que possibilitam a própria existência (financiamento, participantes e público) da Faísca e Mercado Gráfico.

É exatamente a partir desse tipo de identificação, das relações entre a feira e o campo do poder, que podemos explicitar a importância de algumas trocas e fazer uma análise como essa feira se mantém. A Faísca, a feira de publicações de maior frequência em Belo Horizonte, talvez não ocorreria hoje se João não tivessem tido uma experiência positiva de vendas de sua revista *Peiote* no FIQ, sentindo falta de um evento similar, mesmo que em menores proporções, que ocorresse de forma periódica. A feira talvez não ocorresse hoje se Helen Murta não tivesse sido bem-recebida pelo presidente do BDMG Cultural em 2015. O instituto possivelmente não teria se interessado pelo projeto se não tivesse a sua frente João Paulo Cunha, que assumiu o cargo após encerrar uma carreira de décadas no jornal *Estado de Minas*. O esforço dedicado por João e Helen Murta ao projeto (eles investiram seu tempo e o tempo de sua empresa à Faísca, sem contar o fato de terem colocado suas redes de relações para funcionar em prol da feira) também foram essenciais. Ainda devemos considerar como essenciais para a feira a presença dos editores independentes, que estão no local mensalmente durante as temporadas, vendendo suas publicações, sejam elas livros, fanzines, pôsteres. Além disso há o público, presente na feira durante três anos e 23 edições, possibilitando que o evento seguisse ocorrendo.

Essa análise à luz das teorias de campo e de capital de Pierre Bourdieu (1996) explicita um sistema frágil, dependente da ação individual de uma série de agentes (organizadores, patrocinadores, expositores) e que pode se desfazer quando qualquer um desses elos falha por qualquer motivo. A maior prova da fragilidade desse sistema, no entanto, é a observação do momento em que os organizadores da Faísca viveram ao fim de 2017 e durante a maior parte do ano de 2018, quando chegou perto de se desfazer. A crise política e econômica que o Brasil

sofre desde 2014 afetou profundamente o setor de produção cultural do país. Como observamos no capítulo 3, diversos editais federais de fomento a eventos culturais, incluindo os literários, deixaram de ser publicados. Situação semelhante ocorreu com editais estaduais e municipais em todo o país. Jão e Helen garantiram recursos para a edição de 2017 da Faísca por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura de 2015. Porém, não houve abertura de edital nos anos de 2016 e 2017 (BELO HORIZONTE, 2018). Diante da negativa do BDMG Cultural de voltar a patrocinar a feira de forma direta e da dificuldade encontrada pela dupla em captar verba aprovada na Lei Estadual de Incentivo à Cultura de 2016, a dupla tentou, sem sucesso, encontrar novos patrocinadores e garantir a manutenção da feira em 2018. Os organizadores chegaram a anunciar suas dificuldades nas redes sociais. A situação de incerteza foi mantida até 1º de agosto de 2018, quando foi divulgado o resultado do edital da Lei Municipal de Incentivo à Cultura 2017/2018, que contemplou a feira com R\$ 110 mil⁶¹. Até setembro de 2018 ainda não havia sido anunciada data para a retomada do evento.

A Faísca oferece a seus expositores uma posição legitimada de produtor cultural dentro da sua lógica do campo, como aponta Thompson (2013) ao se referir a outros campos editoriais, e um espaço para diálogo com pares e possíveis compradores sem cobrança de taxa em dinheiro⁶². É um evento recorrente que oferece um espaço privilegiado para a compra e venda de publicações, para o contato entre produtores, futuros produtores, leitores e outros interessados. Mas ela só é possível dentro de um sistema complexo e extremamente frágil, que é o sistema de financiamento por meio de leis de incentivo à cultura. Poderíamos defender uma posição de que organizadores de eventos como a Faísca devem buscar outra forma de incentivo que não seja o dinheiro público. Mas há dois argumentos que esclarecem a dificuldade desse caminho. O primeiro é o Quadro 4. De forma geral, feiras de publicações que não contam com incentivo governamental não têm longa duração na cidade de Belo Horizonte. O próprio João Perdigão, responsável por uma série de feiras no começo dos anos 2010, tenta reerguer, com sucesso⁶³, seus eventos por meio dos recursos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura. O segundo motivo é a própria existência das leis de incentivo. Com a possibilidade de financiar um projeto com dinheiro que seria destinado a um imposto, não é financeiramente responsável para empresas brasileiras fazer um patrocínio que não seja por

⁶¹ O projeto 1173/2017 recebeu nota 95,6.

⁶² Nas edições de 2017, a organização do evento começou a pedir doações do material vendido para compor a Fanzinoteca Faísca, inaugurada em 30 de novembro no Centro Cultural municipal Usina de Cultura.

⁶³ O projeto 0881/2017, da Feira Zine, foi proposto no edital 2017/2018 da Lei Municipal de Incentivo à Cultura por Luiz Antônio Navarro Moreira Vieira, coeditor da revista *A Zica* com Perdigão. Com nota 90, eles tiveram R\$ 50 mil aprovados no Fundo.

meio dessas leis. Por que investir dinheiro próprio quando é possível investir dinheiro que seria usado com o pagamento de impostos?

Levando em consideração o histórico brasileiro de incentivo e ausência de incentivo à cultura e à literatura, que segue as mudanças dos rumos políticos do país, a conclusão de que é necessário assegurar que as leis de incentivo prevejam a existência continuada desses eventos é lógica. De fato, o edital 2017/2018 da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, no qual a Faísca foi aprovada em agosto de 2018, prevê eventos plurianuais, cujo financiamento anual é aprovado de três em três anos. Foi nessa modalidade que a Faísca se inscreveu e foi aprovada, garantindo ao menos mais três anos de edições da feira, caso conseguissem captar os recursos. Ainda assim, é necessário apontar que os períodos de ausência de incentivo à cultura no Brasil são superiores a três anos. A crise atual já ultrapassa esse número, por exemplo. Além disso, o desmonte do setor cultural praticado nesses períodos perdura. O INL, criado no governo Vargas, em 1937, por exemplo, teve sua função ãdesviada durante a ditadura militar, a partir de 1967, e foi desfeito no governo Collor, em 1990, quando o MinC foi extinto. Até 2018 ainda não foi criado órgão que o substitua. O caso apresentado aqui mostra que, se houver real interesse público na criação e manutenção de espaços e eventos culturais, é preciso investir na criação de mecanismos que ofereçam constância em seus incentivos.

4.2 Textura

Em 2017, as pessoas e os grupos responsáveis pelo início da cena de feiras de publicações em Belo Horizonte já não organizavam eventos próprios, o número de novas feiras de publicações parecia diminuir e a Faísca ã Mercado Gráfico se firmava como um evento unificador de movimentos, uma vez que oferecia mensalmente um espaço aberto e gratuito. Era possível estar presente em uma feira sem encarar as dificuldades de organizá-la. É nesse cenário que surgiu a feira Textura. Mesmo com a diversidade de iniciativas locais, a inspiração para a criação da feira também se deve ao movimento de publicações em São Paulo e no Rio de Janeiro. Foi a partir da participação de Elza Silveira e Wallison Gontijo, casal proprietário da gráfica e editora Impressões de Minas, nesse tipo de evento que surge a inspiração de criar a feira Textura. E foi ao fazer uma parceria com Lucas Brandão, proprietário do Agosto Butiquim, local em que a feira poderia ocorrer, que o evento tornou-se possível.

Wallison Gontijo: A gente... aqui na Impressões de Minas, a gente já tava pensando em fazer algumas coisas de feira, a gente participa de feira fora daqui. São Paulo, Rio e tal. Aí a gente viu um pouco as experiências das feiras. Ah, vão pensar uma

coisa em BH e tal. E vinha conversando com a Elza um tempo sobre isso.[...] Aí um dia a gente foi [...] [tomar] uma cerveja lá no Agosto. [...] E lá no Agosto já tem uma estrutura, tem um lugar de exposição de arte... O Lucas [Brandão, dono do bar] sempre esteve envolvido com essa coisa cultural de BH. E aí a gente, conversando e tal, falou: ñÔ Lucas, vão pensar uma feira junto aqui?ð. [...] Aí o Lucas achou a ideia fantástica, comprou a ideia, falou: ñVão fazer esse negócio?ð.

Desde o início do movimento de organização da primeira edição da Textura, é possível observar que a feira foi pensada como um encontro de menores dimensões do que a Faísca (que foi frequentada por Elza e Wallison) e do que feiras de outras cidades.

Elza Silveira: Nossa ideia desde o início foi essa, né? Ser uma feira menor. Até pelo espaço que a gente tinha e tudo. E também por causa disso. Como a gente faz outras coisas, tinha que conciliar. Vamos fazer uma coisa que a gente dá conta de fazer.

Wallison Gontijo: Tem uma pegada muito singular a Textura também, que é essa coisa da literatura mesmo. [...] Até o nome, né? Textura, de texto, texturas.

Elza Silveira: Por isso chama... é... pequena feira de impressões e literatura. Porque a gente queria que as outras impressões também tivessem essa aproximação com a literatura.

Lucas Brandão: Exatamente.

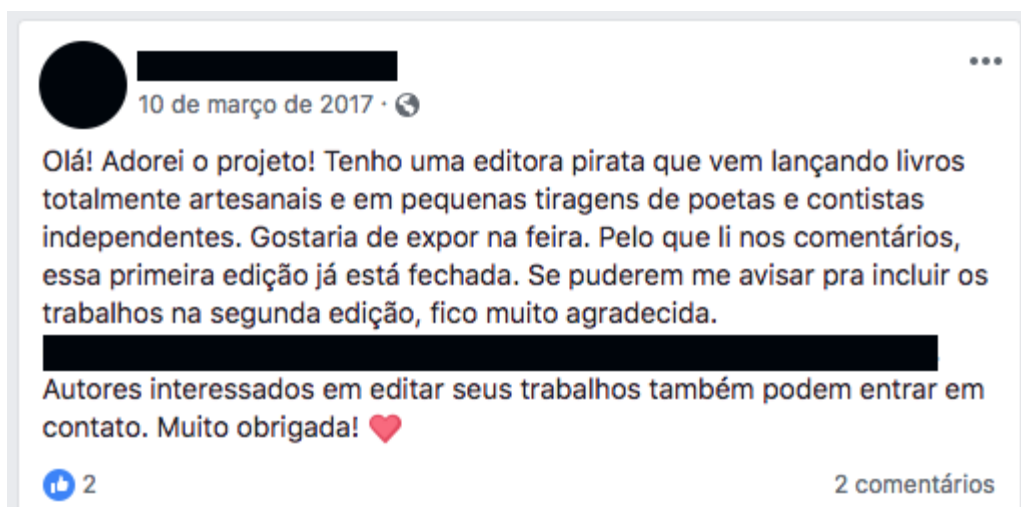
Elza Silveira: [...] A Faísca, ela tem uma pegada muito mais das artes gráficas, do design, né? Papelaria... E a gente sentia falta de uma feira que tivesse mais editor independente.

Lucas Brandão: Que fosse mesmo focado na literatura mesmo. Na palavra, né? No texto.

O resultado prático dessa decisão é visto desde a primeira edição da feira, que ocorreu em 11 de março de 2017. A primeira comunicação visual da feira já usava aquele que seria o slogan, ñpequena feira de impressões e literaturað, e elencava seis áreas de produtos que seriam exibidos no bar e na calçada em frente a ele: publicações independentes, papelaria artesanal, gravuras, moda, decoração e plantas ornamentais. É importante apontar que a Textura foi a primeira feira de publicações com um foco na literatura. As primeiras feiras organizadas em Belo Horizonte, como apontamos no Quadro 4, são feiras de publicações com temáticas variadas. A Zica, revista de João Perdigão, é uma revista de cartoons humorísticos, sem censura ou limites morais e editoriais. A Polvilho, editora de Ana Rocha, publica livros mais alinhados com a proposta de um livro de artista ou poemas concretistas do que uma produção calcada no texto em si. A primeira feira que a Polvilho organizou, por exemplo, ocorre durante a exposição de ilustrações originais de um livro. A galeria Quartoamado tem, naturalmente, um foco nas artes plásticas. E a Faísca, criada a partir da experiência de Jão no FIQ vendendo a Peiote, uma coletânea de produções em quadrinhos, sempre teve a missão de

reunir todo tipo de publicações, mas como foi observado anteriormente, nem sempre com sucesso, principalmente na missão de reunir produtores das áreas de quadrinhos e de literatura. A Textura é a única feira encontrada em nossas pesquisas cuja proposta é abrir espaço para quem publica literatura de forma independente. O resultado da criação de um lugar com esse perfil foi imediato. No próprio evento do Facebook da primeira edição da feira são vistos pedidos de publicadores locais para serem incluídos entre os expositores.

Figura 10: Pedido para participar na Textura



Fonte: Textura/Facebook

A periodicidade da feira, que ocorre a cada três meses, quatro vezes ao ano, também foi planejada desde o início pelo trio. A ideia, explicou Lucas Brandão em entrevista a esta pesquisa, é dar tempo de a pessoa ter vontade de ir novo: "Fica uma expectativa, né, de quem gosta de expor. O que vai rolar, o que vai ter? Dá tempo da editora lançar livro". Outro fator determinante para a periodicidade é o fato de a feira não ser o projeto principal de seus organizadores. Cada um tem sua própria empresa da qual tira seu sustento. A feira é uma iniciativa com foco em outros capitais além do financeiro. Graças a isso, o espaço temporal entre as edições serve como uma forma de facilitar o encaixe da organização da feira em cronogramas já ocupados. Por fim, a periodicidade é balizada na questão do público:

Wallison Gontijo: Belo Horizonte ainda não tem uma estrutura de público para você ter uma feira todo mês. Isso não é uma crítica à Faísca, não. É uma análise de mercado. Acho que não tem ainda. Acho que precisa fomentar isso mesmo. Acho que tem que ter Faísca, Textura, precisa ter a XIA. Precisa ter outras acontecendo, em outros lugares, de formas diferentes. Para esse público começar a conversar entre eles. Segundo, eu acho que [...] por ser uma feira pequena, esvaziaria uma hora. [...] A gente ia ter que fazer um trabalho dez vezes maior para que esse público fosse todo [mês]. Não tem, em Belo Horizonte, tanta gente. A verdade é essa.

A seleção de expositores também reflete essa missão de fazer uma feira de literatura. A curadoria começa com pedidos de autores, editores e outros produtores para participar da feira. Mais de um mês antes de cada edição da feira e seus expositores serem anunciados é feito um chamamento geral de expositores, a partir do qual são selecionados produtores de outras áreas, como a decoração e papelaria. Já as editoras locais são convidadas a participar da feira pela curadoria, que é feita de forma informal, sem critérios claros além do objetivo de reunir o maior número de iniciativas literárias possível. Quem faz essa seleção é Elza Silveira, com o auxílio de Lucas Brandão, que organiza o chamamento.

Lucas Brandão: [...] As editoras normalmente a gente convida. Como não são muitas editoras [em Belo Horizonte], a gente as convida para participar. E o que permeia a feira sem ser editora a gente faz uma seleção procurando não repetir ou dar espaço, oportunidade para uma pessoa que já pediu e não participou.

Elza Silveira: [A gente] dá uma olhada no trabalho, vê se está de acordo com a proposta...

Lucas Brandão: É, primeiramente, tem que ver se está dentro da proposta. Estando dentro da proposta a gente vai fazendo essa triagenzinha, essa seleção. [...] Pra não ficar tudo muito monótono, tem que dar uma dividida também. Duas papelarias, a Evas que é um pessoal que a gente sempre chama que tem uma proposta superlegal, que é unir paisagismo com literatura. A Evas esteve em todas. Acho que é a única que esteve em todas. A Crivo também teve em todas.

Elza Silveira: Alecrim também.

Lucas Brandão: Assim, tem umas pessoas que estão, assim, sempre com a gente. O Iago [da Alecrim] a gente dá uma força mesmo, que é um menino que faz tudo sozinho lá. A Evas por conta dessa proposta. E não é fácil não, cara, achar trabalhos que tem a ver com a literatura. É foda.

Elza Silveira e Wallison Gontijo: É, é difícil...

Figura 11: Textura em 2017



Fonte: Textura/Facebook

O resultado são encontros intimistas, em que os próprios expositores parecem se conhecer e rodas de conversas entre expositores e compradores são comuns. É um evento frequentado por pessoas próximas ou da mesma área de quem expõe. Não é difícil confundir a feira com um encontro de editoras de pequeno porte de Belo Horizonte.

4.2.1 Estrutura interna e troca de capitais

Com o foco declarado na literatura, a Textura tem um organizador com formação na área, Elza Silveira, que é formada em letras pela UFMG, onde também fez mestrado em estudos literários. Além disso, Elza é formada em design gráfico pelo Senac, uma escola técnica. Com esse capital cultural, ela assume uma série de funções dentro da feira, entre elas a de selecionar os expositores, a de criar toda a comunicação visual (que muda a cada edição da Textura) e a de manter contato com expositores, frequentadores e outros interessados nas redes sociais. Durante as feiras, ela assume, além do papel de organizadora, o de editora da Impressões de Minas, uma vez que toda edição tem um lançamento da casa editorial. Em ao menos uma edição da feira, ela assumiu o papel de autora quando lançou seu primeiro livro, o infantil *Ronron*, publicado e impresso pela Impressões de Minas.

Wallison Gontijo, marido de Elza, tem uma formação em artes plásticas na Escola Guignard, da UEMG, e se formou em geografia também [o curso] em outras faculdades. Uma vez formado, ele trabalhava na comunicação da mineradora Vale, de onde saiu para assumir, ao lado de Elza, a Impressões de Minas, que pertencia ao pai dela. A dupla comprou

a gráfica, mudou o endereço do bairro Planalto para o Floresta e criou a editora. Dentro da Impressões, Wallison cuida da parte administrativa enquanto Elza é primariamente responsável pelo design e pelas decisões editoriais. Eles assumiram a Impressões em 2010, mas foi a partir de 2013 que a editora começou a ter uma produção mais consistente, com cerca de dez livros por ano. A dinâmica do casal na Impressões é replicada na organização da feira, onde Elza é responsável pela curadoria e Wallison cuida de questões administrativas.

Por fim, há Lucas Brandão, proprietário do Agosto Butiquim. Ele é formado em publicidade pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Dentro da feira, ele faz o chamamento de expositores, mas sua função principal parece ser organizar a exposição dentro de seu bar, com organização de mesas, distribuição de fluxos, entre outros.

A partir da localização do *habitus* de cada um dos criadores da feira, é possível entender o motivo pelo qual a característica mais marcante da feira Textura, deixando momentaneamente de lado o fato de que ela ser dedicada à literatura, é o seu caráter independente. Não só no sentido de ser uma feira que abre espaços para publicações independentes, mas por ser uma feira que é feita de forma praticamente independente de recursos externos. Durante o ano de 2017, a partir do qual foi feita esta análise, a feira foi viabilizada com financiamento de seus próprios criadores com algum investimento de outras fontes. É essa característica, na qual a feira é dependente somente de seus criadores e suas posições no campo, que vai marcar a estrutura interna e a troca de capitais. É graças a esse grau de autonomia alto que o trio pode favorecer editoras e editores independentes em sua seleção. Como aponta Bourdieu:

O princípio de hierarquização interna, isto é, o grau de consagração específica, favorece os artistas (etc.) conhecidos e reconhecidos por seus pares e unicamente por eles (pelo menos na fase inicial de seu trabalho) e que devem, pelo menos negativamente, seu prestígio ao fato de que não concedem nada à demanda do ãgrande público (BOURDIEU, 1996, p. 247).

Em outras palavras, são as posições do trio e seu alto grau de autonomia que permitem à feira reconhecer uma característica que pode ser chamada de ãindependente, mas pode ser chamada, também, de ãautêntica ou ãautônoma. Isto é, eles são livres para reconhecer os publicadores de acordo com seus próprios critérios, sem considerar o que o mercado determina ser relevante. Um exemplo desse posicionamento está na inclusão de Iago Passos, da Alecrim, em todas as edições para ãdar uma força mesmo, como explica Lucas Brandão. Os livros de Iago são completamente artesanais, com cortes, costuras e algumas composições de página feitas à mão. Suas tiragens podem ser limitadas a cinco exemplares. Não é uma

produção que encontrará espaço em livrarias. Nem sequer é uma produção que permite categorizações óbvias:

Lucas Brandão: [...] A feira tem essa função. Não só a Textura, as feiras em geral, né? É trazer pro cara que não tem acesso a alguma coisa aquela coisa que ele não tem acesso. E, no caso da gente, a gente quer mostrar mesmo quem trabalha a literatura. Seja editora, um artista, é... que nem o Iago. Como que a gente pode chamar o Iago?

Elza Silveira: Ah, não. Iago é um editor pra mim.

Lucas Brandão: É, um editor. Individual, entendeu? Ele não tem uma editora, assim. Formal. Ele escreve e edita os livros dele, ele imprime.

Elza Silveira: Artesanais...

Lucas Brandão: Artesanal. Enfim, outras pessoas que trabalham o texto também, dentro do contexto do que ele faz, então, assim. É difícil que esses caras às vezes você não encontra eles em lugar nenhum, entendeu? As feiras que são a oportunidade.

Figura 12: Produção de Iago Passos (Alecrim)

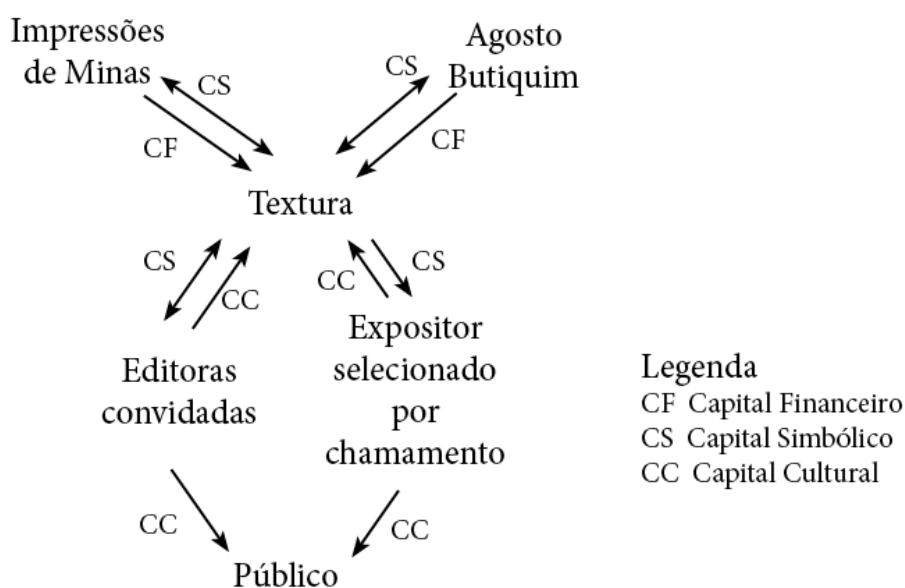


Fonte: Textura/Facebook

Ainda assim, é um tipo de produção presente na Textura, que abre espaço para aquilo que não segue uma lógica do mercado do livro ou do ãgrande públicoò, mas está de acordo com critérios próprios de seus idealizadores. Graças a essa grande identificação dos criadores da feira com o evento, é preciso considerar os negócios de Lucas Brandão (Agosto Butiquim) e de Elza Silveira e Wallison Gontijo (Impressões de Minas) para mapearmos as relações que existem em torno da feira e as trocas de capitais que ocorrem. Isso porque, sem uma identidade forte desconectada dos negócios de seus idealizadores, as trocas de capitais não

ocorrem somente entre a feira, expositores e investidores, mas também com a Impressões de Minas e o Agosto Butiquim. Um exemplo dessas trocas diretas é uso do espaço do Agosto para lançamentos de expositores da feira fora da programação oficial. A editora da Cérbero, Poliana Guimarães, que teve o primeiro contato com o trio ao se oferecer para participar da primeira edição da feira, em março de 2017, fez o lançamento de seu livro *Poesia da Razão Pura* em 7 de julho de 2017 no Agosto. Dessa forma, entendemos as empresas dos organizadores da Textura como órgãos investidores à parte da feira, ao contrário da nossa interpretação da Pulo Comunicação e Arte, empresa dos organizadores da Faísca. Isso ocorre porque há trocas feitas entre parceiros e investidores com essas empresas em nome da feira. No caso da Faísca, as trocas são feitas com a feira, sem exigências da empresa de seus idealizadores⁶⁴.

Figura 13: Relações de poder entorno da Textura (2017)



Fonte: Elaborado pela autora.

Sendo assim, observamos o recebimento de capital financeiro pela Textura tanto por meio da Gráfica e Editora Impressões de Minas quanto por meio do Agosto Butiquim. Isso ocorre graças às permutas feitas pelos organizadores da feira para garantir a participação da assessoria de imprensa Amora e da fotografia e filmagem da Pepelícula. A Amora recebeu o

⁶⁴ Há uma exceção para essa regra, a presença da estagiária da Pulo Comunicação e Arte, Rafaella Rodinistzky, na temporada 2015.

pagamento em impressão na gráfica e voucher no bar, enquanto a Papelícula recebeu a alimentação dos dias do evento no bar. Há também uma troca de capital simbólico entre eles: A Impressões de Minas e o Agosto recebem capital simbólico por organizar um evento cultural como a Textura e, no caso do bar, ter em sua sede um evento cultural voltado para publicações independentes. Lucas Brandão descreve bem o capital simbólico que recebem:

Lucas Brandão: Aí uma coisa até minha, não sei nem se o Wallison compartilha comigo. [...] A gente não está querendo viver da feira. A gente tá querendo tipo fazer a feira, tipo, ter retorno da feira, talvez não só retorno monetarizado. Outros tipos de retorno que a gente pode ter. Fomentar esse universo aqui em Belo Horizonte, em Minas Gerais.

A Textura, por sua vez, é legitimada pelo próprio apoio de seus organizadores, pessoas já envolvidas com a cultural de Belo Horizonte e, no caso da Impressões, uma gráfica e editora de um casal bem-relacionado na cidade. A Textura também faz trocas de capitais com seus expositores. No caso da editora convidada, observamos uma troca de capital simbólico (a Textura legitima a editora e a editora legitima a feira) e um recebimento de capital cultural por parte da Textura pela editora convidada (esse capital cultural é materializado no trabalho exposto). No caso do expositor selecionado a partir do chamamento, ocorrem trocas similares, com exceção do recebimento do capital simbólico por parte da Textura. Apesar de ser possível argumentar que o conjunto dos expositores selecionados por edital constituem um capital simbólico que é recebido pela feira, o capital simbólico oferecido por cada expositor selecionado a partir do chamamento individualmente não é comparável ao capital simbólico das editoras convidadas.

Por fim, o público recebe capital cultural, materializado no produto comprado na feira. Outras trocas são possíveis, mas a proposta do diagrama é simplificar um sistema que tem as complexidades das relações humanas e, para isso, é preciso desconsiderar algumas trocas e focar naquelas que consideramos serem as principais para este estudo.

A troca de poderes dentro da Textura ocorre entre os próprios organizadores do evento e expositores, em especial em torno das editoras. É uma feira que tem laços dentro de sua própria comunidade, que é reforçada pela própria existência da feira. Há dois exemplos desse movimento de criação de uma comunidade. O primeiro é a Funil, um grupo que reúne as editoras Chão da Feira⁶⁵, Relicário⁶⁶ e Javali⁶⁷ e a revista *Piseagrama*⁶⁸. Os quatro revezam

⁶⁵ Casa editorial coordenada por Maria Carolina Fenati, Luísa Rabello, Júlia de Carvalho Hansen e Luiza Camisassa.

⁶⁶ Casa editorial de Maíra Nassif.

⁶⁷ Casa editorial de Assis Benevenuto e Vinícius Souza.

suas presenças na Textura, representando os colegas com uma banca conjunta de forma que cada um vai à feira uma vez por ano, mas suas publicações estão lá em todas as edições. O segundo exemplo é o evento Pílula: livros acessíveis, que ocorreu em 19 de maio de 2018. A partir de encontros e conversas ocorridos na Textura, cinco editoras se uniram para testar um novo modelo de evento, com foco em descontos, com livros a até R\$ 15. Participaram a Mazza Edições⁶⁹, a Impressões de Minas, a Moinhos⁷⁰, a Letramento⁷¹ e a Crivo⁷². A Crivo e a Impressões voltaram a fazer parceria em 16 de agosto de 2018 com o evento Palavra Trocada, que reuniu cinco autoras⁷³ para debater acerca do tema A escrita da mulher. Por fim, há parcerias como a revista *Ã*, que é feita pelas alunas do curso literário Estratégias Narrativas, Laetitia Valadares e Luciana Abdo. Eles imprimem o periódico com a ajuda da Impressões e distribuem na feira na própria banca da editora, apesar de ser uma iniciativa independente.

É esse caráter, de fazer de forma independente, com a ajuda dos expositores e em diálogo com eles – e sem ajuda do órgãos governamentais, que fez com que a feira não entrasse em um hiato durante o ano de 2018 como ocorreu com a Faísca, que, dependente de recursos de lei de incentivo, não foi realizada. Com uma estrutura mínima, que conta com local e equipe que não são dependentes de uma injeção de capital externo ao dos organizadores da feira – em alguns casos os pagamentos são feitos com permutas com a Impressões e o Agosto – os idealizadores da Textura encontraram um modelo de feira que independe das flutuações do governo brasileiro.

Quadro 7: Dados gerais da Textura (2017)

	11/03/2017	10/06/2017	23/09/2017	16/12/2017
Custo da edição	R\$ 100	R\$ 200	R\$ 1.800	R\$ 2.600
Expositores	12	15	15	20
Cobrança aos expositores	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 60
Financiamento	--	--	--	Oséias Ferraz, da livraria e editora Crisálida (R\$ 350) e Nilsinho (R\$ 350)

⁶⁸ Revista de Roberto Andrés.

⁶⁹ Casa editorial de Maria Mazarello Rodrigues, representada por Pablo Guimarães de Araújo nesses encontros.

⁷⁰ Casa editorial do casal Camila Araújo e Nathan Matos.

⁷¹ Casa editorial dirigida por Gustavo Abreu.

⁷² Casa editorial de Lucas Maroca, Rodrigo Cordeiro e Haley Caldas.

⁷³ As autoras convidadas foram Ana Elisa Ribeiro, Brisa Marques, Iris Amâncio, Luana Simonini e Luisa Godoy.

Equipe	Wallison Gontijo, Elza Silveira e Lucas Brandão.	Wallison Gontijo, Elza Silveira, Lucas Brandão; Bianca de Sá e Mariana Zande, da Papelícula (fotografia e filmagem).	Wallison Gontijo, Elza Silveira, Lucas Brandão; Bianca de Sá e Mariana Zande, da Papelícula (fotografia e filmagem); Marcela Haddad, da Amora (assessoria de imprensa).	Wallison Gontijo, Elza Silveira, Lucas Brandão; Bianca de Sá e Mariana Zande, da Papelícula (fotografia e filmagem); Marcela Haddad, da Amora (assessoria de imprensa).
--------	--	--	---	---

Fonte: Elaborado pela autora.

Essa é uma feira que se mantém ão peito e na raçã, como diz Lucas Brandão, mas é uma feira que vai continuar existindo enquanto seus idealizadores a fizerem. Isso significa que, em vez de a feira ficar dependente do governo, ela fica dependente de um grupo de pessoas. Não é o modelo horizontal e autogerido que Magalí Rabasa (2016) descreve na Feria del Libro Independiente y Alternativa (FLIA), onde ela observa a criação de movimentos autônomos e redes alternativas. Mas é um movimento que está começando e tem sido bem-sucedido em reunir editores belo-horizontinos que até então não tinham muito contato entre si. Ou, como coloca Wallison: ãs vezes você vê as mesmas carinhas que foram na primeira [edição da feira] e [que estão indo até a] última.

Quadro 8: Edições da Textura em 2017 e 2018 (até setembro)

Data	Local	Expositores
11/03/2017	Agosto Butiquim	12
10/06/2017	Agosto Butiquim	15
23/09/2017	Agosto Butiquim	15
16/12/2017	Agosto Butiquim	20
17/03/2018	Agosto Butiquim	19
09/06/2018	Agosto Butiquim	20
22/09/2018	Agosto Butiquim	17

Fonte: Elaborado pela autora.

No entanto, essa é uma feira que, literalmente, não tem espaço para crescer, por exemplo. O Agosto não comporta mais do que 20 expositores. Um projeto, que já existia ao fim de 2017 e que seria implementado na quarta edição, de ocupar a rua em frente ao Agosto, nunca foi realizado por falta de autorização da prefeitura. Essa dificuldade de comunicação com as autoridades ou de navegação na burocracia governamental também pode ter sido o

motivo pelo qual a Textura não recebeu aporte de uma lei de incentivo. Durante a entrevista, feita em 2017, os organizadores explicaram que o plano era de fazer um projeto para a Lei Municipal de Incentivo à Cultura no fim daquele ano. O projeto, no entanto, não foi entregue à Prefeitura de Belo Horizonte, não constando na lista de projetos do edital 2017/2018. Enfim, a Textura é uma feira independente de publicações independentes. Como Bourdieu aponta, ela é um local em que lógicas distintas daquelas do grande público são consideradas as mais importantes.

4.3 Os editores nas feiras: análise quantitativa

Quem são os publicadores que apresentam seus trabalhos nas feiras de publicações independentes de Belo Horizonte? É essa a pergunta que guiou a seguinte parte desta investigação. Após o mapeamento da cena de feiras de publicações independentes entre 2010 e 2017, da seleção das feiras a serem estudadas e de entrevistas com os criadores das feiras Faísca e Textura, levamos um questionário (APÊNDICE 2) para as feiras pesquisadas. Os números apresentados são o resultado desse trabalho de campo⁷⁴.

4.3.1. Os editores na Faísca

Na feira Faísca⁷⁵, foi observada maioria de pessoas do gênero feminino (51,6%) com idade de 18 a 29 anos (67,7%), com escolaridade do nível de graduação (completa ou incompleta)⁷⁶ (79%). Dos expositores presentes na feira, 98,4% declararam terem sido responsáveis ou terem participado ativamente no processo de edição do material vendido/distribuído. Ou seja, as pessoas que responderam ao questionário estavam envolvidas na edição das publicações e não eram meros vendedores, representando uma empresa na feira.

⁷⁴ Dada a pequena dimensão das amostras, utilizamos como referência para as diferenças estatisticamente significativas o erro máximo de 10% ($p < 0,10$).

⁷⁵ Os resultados completos da pesquisa, bem como os testes estatísticos das tabelas apresentadas aqui, estão nos Apêndices 9 e 10.

⁷⁶ Não considerando aqui os pós-graduados.

Tabela 2: Caracterização social da amostra Faísca (%)

		N	%
Gênero	Masculino	28	45,2
	Feminino	32	51,6
	Travesti	1	1,6
	Não respondeu	1	1,6
	Total	62	100
Idade	18 a 29	42	67,7
	30 a 44	13	21
	Mais de 45	6	9,7
	Não respondeu	1	1,6
	Total	62	100
Escolaridade	Até ensino médio	7	11,3
	Graduação (compl. ou incompl.)	49	79
	Pós-graduação (compl. ou incompl.)	5	8,1
	Não respondeu	1	1,6
	Total	62	100

Fonte: Elaborado pela autora.

A maior parte dos expositores se declarou branca (46,8%), seguido de parda (25,8%) e negra (12,9%). Além disso, a grande maioria dos expositores-editores tem residência em Belo Horizonte (83,9%) e somente 3,2% deles não moram em Minas Gerais.

A grande presença de expositores-editores que cursam ou já cursaram a graduação (87,1%⁷⁷) pode ser explicada, em parte, pela formação universitária dos expositores que responderam ao questionário. O próprio fato de que parte dessas pessoas fizeram um curso de pós-graduação parece ser fator decisivo para o interesse em participar desse tipo de evento. Como aponta o pesquisador argentino Gustavo Sorá:

A convergência em curso entre o fato social e o objeto sociológico deve incentivar a reflexão e a crítica, especialmente quando muitos dos pesquisadores participantes desse campo de estudo também são agentes ativos em espaços de edição independentes. Então, a investigação da relação (ou melhor, ñaliançaò) entre independentes e acadêmicos deve ser uma parte decisiva da caracterização dos objetos dedicados a esse tópico⁷⁸ (SORÁ, 2013, p.126).

⁷⁷ Considerando tanto os graduados quanto os pós-graduados.

⁷⁸ Tradução nossa. No original: La convergencia en curso entre hecho social y objeto sociológico, debería alentar a no perder de vista la reflexividad y la crítica, más aún cuando muchos de los investigadores que participan de este campo de estudio son también agentes activos en espacios de la edición independiente. Luego, la indagación de la propia relación (o, mejor, ñalianzaò) entre independientes y académicos debe ser parte decisiva de la caracterización de los objetos dedicados a este tema. (SORÁ, 2013, p.126)

No questionário havia uma série de perguntas sobre a formação em edição dos expositores que declararam ter participado do processo de edição das obras vendidas. A maioria deles não fez qualquer tipo de curso na área (54,8%), mas 43,5% deles declararam ter formação em edição. Dos que fizeram curso, a grande maioria teve essa experiência durante a graduação (55%). As escolas mais citadas foram UFMG (11,3%), CEFET-MG (3,2%), UEMG (3,2%) e UNI-BH (3,2%). Assim, podemos concluir, como aponta Sorá (2013), que o grande número de expositores que haviam cursado ensino superior parece ser causado, ao menos em parte, pelo próprio incentivo desses cursos de formação em edição, que aumentaram em número recentemente:

[...] temos visto crescer a formação de pessoas que desejam atuar no campo da edição, em sentido amplo. Esse aumento na formação tem relação direta com os canais formadores que surgiram nos últimos 15 anos: instituições propondo e oferecendo cursos, sejam eles de formação básica, rápida ou de longa duração, como graduações. Isso não existia, vergonhosamente, em tempos passados e era preciso sair do estado [de Minas Gerais] para se especializar (e nunca mais retornar, lastimavelmente) (RIBEIRO, 2018, s/p).

A maioria dos expositores-editores vendia até cinco tipos de publicações⁷⁹ (56,5%) e 87,1% oferecia até dez tipos de publicações. Além disso, a maioria deles somente vendia publicações que eles mesmos haviam editado (64,5%). Isso aponta para uma caracterização desses editores para além do editor-livreiro, que publica para vender. Esses expositores parecem superar a condição do autor dependente e reprimido, que depende de livreiros-editores ou operários da impressão para fazer circular suas ideias, como coloca Roger Chartier, em referência ao autor do século XVIII:

O autor, tal como ele faz a sua reaparição na história e na teoria literária, é, ao mesmo tempo, dependente e reprimido. Dependente: ele não é o mestre do sentido, e suas intenções expressas na produção do texto não se impõem necessariamente nem para aqueles que fazem desse texto um livro (livreiros-editores ou operários da impressão), nem para aqueles que dele se apropriam para a leitura. Reprimido: ele se submete às múltiplas determinações que organizam o espaço social da produção literária, ou que, mais comumente, delimitam as categorias e as experiências que são as próprias matrizes da escrita (CHARTIER, 1998a, p. 35-36).

Pelo contrário, as práticas desses expositores remetem aos primeiros autores-editores, que buscam editar e publicar suas próprias obras, como aponta Chartier (1998b, p.65). Na Faísca, a maioria dos expositores se identificou com a área de Design (77,4%), estatística que ganha importância no contexto da preocupação dos seus idealizadores, João e Helen Murta, em

⁷⁹ Consideramos tipos de publicações livro, zine, cartaz e adesivo, entre outros.

ampliar o número de convidados das áreas de literatura e quadrinhos (ambas consideradas como "Letras" nesta pesquisa). Somente 14,5% daqueles que responderam ao questionário declarou ser da área de Letras.

Tabela 3: Área da publicação de acordo com o nível de escolaridade na Faísca (%)

		Escolaridade			Total
		Até ensino médio	Graduação (compl. ou incompl.)	Pós-graduação (compl. ou incompl.)	
Área das publicações	Letras	33,3	66,7	0	100
	Design	8,3	85,4	6,3	100
	Outros	0	50	50	100
	Total	11,5	80,3	8,2	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao cruzarmos as informações da área declarada com a escolaridade dos expositores-editores, observamos que o perfil da feira é, de fato, de expositores-editores da área do design que cursam ou já cursavam a graduação (85,4%). As diferenças são estatisticamente significativas ($\chi^2(2)=14,928$; $p<0,05$). A maioria das obras consideradas "principais" foram publicadas em gráficas ou gráficas rápidas (66,2%), sendo 23% do material elaborado de forma artesanal⁸⁰. Ou seja, apesar de observarmos uma superação do autor dos serviços de um editor-livreiro, editor-impressor ou editor-empresário, ainda há uma dependência dos "operários da impressão". Quanto ao investimento dos expositores no projeto, os valores ficaram bem divididos. Partes quase iguais de expositores investiram até R\$50 em seu projeto principal (32,3%) e de R\$100 a R\$500 (33,9%). A maioria dos projetos teve tiragem de até 50 cópias (62,9%) e boa parte fez mais de 101 cópias (20,9%).

Tabela 4: Preço total do projeto de acordo com o nível de escolaridade na Faísca (%)

		Escolaridade			Total
		Até ensino médio	Graduação (compl. ou incompl.)	Pós-graduação (compl. ou incompl.)	
Custo (preço total do projeto)	Até R\$50	10	85	5	100
	De R\$51 a R\$100	0	100	0	100
	De R\$101 a R\$500	0	85,7	14,3	100
	Mais de R\$501	50	37,5	12,5	100
	Total	10,2	81,4	8,5	100

Fonte: Elaborado pela autora.

⁸⁰ No contexto da Faísca, forma artesanal é uma referência a gravura em metal, xilografia, stencil, serigrafia ou processo totalmente manual.

Podemos observar que são os editores cujo custo total do projeto ficou em até R\$50 e entre R\$101 e R\$500 os que cursavam ou completaram a graduação com a maior frequência (85% e 85,7%, respectivamente). Os editores que cursavam ou completaram a graduação foram a maioria em todas as faixas de custo, com exceção da mais cara (mais de R\$501), em que a maioria ficou com os editores com escolaridade até o ensino médio (50%). As diferenças são estatisticamente significativas ($\chi^2(2)=20,156$; $p<0,05$). Quanto ao preço de venda desse material, o mais comum foi entre R\$5 e R\$20 (50%). Outros 12,9% venderam sua obra por mais de R\$31.

Tabela 5: Preço de venda de acordo com o gênero na Faísca (%)

		Gênero		Total
		Masculino	Feminino	
Preço de venda	Até R\$5	75	25	100
	De R\$5 a R\$10	25	75	100
	De R\$11 a R\$20	40	60	100
	De R\$21 a R\$30	40	60	100
	Mais de R\$31	75	25	100
	Total	45,6	54,4	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Na análise do preço de venda do principal produto das bancas presentes na feira Faísca, também é possível observar diferenças entre homens e mulheres. Os editores do gênero masculino são a grande maioria dos que precificaram seus produtos nas faixas extremas: por menos de R\$5 ou mais de R\$31 (75% para ambos os casos). Já as editoras do gênero feminino são a maioria a precificar seus produtos nas categorias centrais, de R\$5 a R\$10, de R\$11 a R\$20 e de R\$21 a R\$30 (75%, 50% e 50%, respectivamente). As diferenças são estatisticamente significativas ($\chi^2(2)=8,628$; $p<0,1$).

Foi feita uma série de perguntas acerca da presença desses expositores-editores em feiras de publicações independentes. A maioria deles frequentava a feira há até um ano (54,8%), sendo que 16,1% dos expositores estavam em uma feira de publicações pela primeira vez. Apesar disso, a maioria já havia participado de mais de cinco feiras (56,5%). A partir desses dados, podemos concluir que a maioria dos expositores da Faísca participava de feiras há pouco tempo, mas tem experiência no circuito, participando de muitas feiras uma vez que

começou a levar seu material a elas. Ou seja, uma vez que começaram a frequentar feiras como expositores, mantiveram o hábito.

Tabela 6: Tempo de frequência em feiras de acordo com o gênero na Faísca (%)

		Gênero		
		Masculino	Feminino	Total
Tempo de participação em feiras de publicações independentes	Até 1 ano	36,4	63,6	100
	De 1 a 3 anos	40	60	100
	Mais de 3 anos	81,8	18,2	100
	Total	45,8	54,2	100

Fonte: Elaborado pela autora.

No entanto, são os editores do gênero masculino os que mais frequentavam feiras de publicações independentes há mais de 3 anos (81,8%). Entre os editores do gênero feminino, havia maior frequência nas feiras de publicações independentes há até 1 ano (63,6%). As mulheres também foram maioria na comparação do escalão de 1 a 3 anos (60%). Dessa forma, podemos concluir que a Faísca incentiva a presença de mulheres em feiras, levando grande parte delas a expor seu material nesse tipo de evento pela primeira vez. As diferenças são estatisticamente significativas ($\chi^2(2)=8,000$; $p<0,5$).

É importante contextualizar esse dado nos movimentos feministas deflagrados nos anos 2010, como Me Too, que estava em seu auge em 2017, ano em que esses dados foram levantados. O movimento impulsionou uma série de acusações de assédio e discussões sobre o lugar da mulher na sociedade, assim como a necessidade de mulheres ocuparem espaços tradicionalmente masculinos.

Por que agora, por que essas denúncias e não as de dois, cinco ou dez anos atrás, como as feitas contra Bill Cosby ou o escândalo do consagrado apresentador da Fox Bill O'Reilly? É inevitável fazer a pergunta. A resposta deve ser buscada na expansão dos movimentos feministas, no caldo de cultura que vinha sendo cozido desde havia pelo menos um ano: a força e a resistência do movimento ãNem uma a menos na América Latina; a inédita Marcha das Mulheres de janeiro, em Washington, contra a agenda ultraconservadora do presidente Donald Trump, governante também acusado de assédio; as greves de mulheres em março no mundo todo; as múltiplas manifestações contra a violência machista. O movimento Eu Também é a notícia internacional do ano para este jornal, e 2017 foi, dizem o ano das mulheres (SAHUQUILLO; MARS, 2017).

Os expositores também foram questionados sobre os lugares onde ocorreram outras feiras das quais participaram. Belo Horizonte foi a cidade mais citada⁸¹ (55,7%), seguida de

⁸¹ Expositores puderam citar tantos locais quanto haviam frequentado.

outro estado (22,9%), outras cidades de Minas Gerais (9,8%) e outro país (3,2%). Levando em consideração que somente 3,2% dos expositores presentes na Faísca não moram em Minas Gerais, podemos concluir que há certo isolamento da produção editorial local à própria cidade de Belo Horizonte. O movimento também foi observado pela autora, editora e expositora independente Ana Rocha, que organizou feiras no começo dos anos 2010 na cidade de Belo Horizonte.

[...] enquanto o movimento cresce e se consolida em muitas outras cidades, em Belo Horizonte a cena anda fraca. Algumas iniciativas acontecem aqui e ali, mas nenhuma tem o caráter de uma feira que represente Belo Horizonte no calendário nacional. Elas acabam se restringindo à produção local, como no caso da Faísca, uma feira mensal idealizada pelo pessoal da Pulo Comunicação e realizada no espaço do BDMG Cultural. É melhor do que nada, mas é ainda uma iniciativa muito acanhada (ROCHA, 2017).

Há algum esforço por parte dos expositores para levar seu material a outros estados, mas a recíproca não é verdadeira e, enquanto 22,9% dos expositores disseram ter levado seu material para outras cidades, 3,2% dos presentes na edição da feira em que a pesquisa foi feita não eram de Belo Horizonte.

Há uma questão de valorização do próprio trabalho que chama a atenção. A feira Faísca exige que os expositores cedam duas amostras de seu trabalho para integrar a Fanzinoteca Faísca, mas essa é a única cobrança pelo espaço cedido aos expositores, que vendem seu material no local. Apesar disso, quando questionados se haviam e quanto haviam pago para estarem presentes na feira, os expositores responderam sem levar o fruto de seus trabalhos em consideração. Para 75,8%, não houve pagamento algum, 21% dos expositores responderam não amostra do trabalho e somente 1,6% contabilizou o preço das amostras e declarou ter pago pelo espaço.

Concluindo, de acordo com os dados coletados em 18 de novembro de 2017, a feira Faísca é um evento de publicações em que há divisão entre gêneros (masculino, 45,2%; feminino, 51,6%; travesti, 1,6%). Apesar disso, podemos traçar um perfil social da amostra a partir da observação de que há uma grande maioria de jovens adultos (18 a 29 anos; 67,7%) e uma maioria de editores cujo nível de escolaridade engloba a graduação (87,1%), além de morarem em Belo Horizonte (83,9%). Observamos ainda uma grande parte de expositores brancos (46,8%). Ter feito algum curso na área de edição não é incomum entre os expositores (43,5%), sendo que a maioria dos que fizeram um curso de edição teve a experiência durante a graduação (55%). A instituição mais citada foi a UFMG.

Observamos que a maior parte dos editores não vende material que não tenha sido editado por eles mesmos (64,5%) e que a maioria oferecia até cinco tipos de publicações em sua banca. A partir da escolha da publicação principal, pudemos observar que a Faísca é uma feira em que a maioria se declara ser da área de Design (77,4%), uma tendência que os organizadores Helen Murta e João tentam reverter com alguma dificuldade.

Em relação à frequência dos expositores a eventos como a própria Faísca, observamos que a maioria frequenta feiras há menos de um ano (54,8%). O dado ganha profundidade ao ser cruzado com as informações sobre gênero. Entre os expositores que frequentavam feiras há até um ano, são as mulheres a maioria (61,8%). A partir desses dados, podemos concluir que a Faísca é um evento que abre suas portas para novos publicadores, podendo, inclusive, estar incentivando esses jovens artistas com ensino superior a publicar. O expositor da Faísca é um morador de Belo Horizonte jovem, frequentemente branco e com alto nível de escolaridade, podendo sua formação incluir um curso específico na área de edição. Essa pessoa é a criadora e a editora da obra, que é da área de Design e tem o hábito de vender o seu próprio material e não o de outras pessoas.

4.3.2 Os editores na Textura

Na feira Textura⁸², foi observado uma maioria de pessoas do gênero masculino (61,1%) com idade de 30 a 44 anos (50%), com escolaridade do nível de graduação (completa ou incompleta)⁸³ (66,7%). Não havia expositores com a escolaridade até o ensino médio. O perfil é condizente com o esperado para um evento que favorece a presença de editoras independentes ou de pequeno porte, como relatado pelos organizadores da Textura, Wallison Gontijo, Elza Silveira e Lucas Brandão. A grande maioria dos expositores mora em Belo Horizonte (83,3%) e nenhum deles declarou morar fora do estado.

⁸² Os resultados completos da pesquisa, bem como os testes estatísticos das tabelas apresentadas aqui, estão nos Apêndices 11 e 12.

⁸³ Não considerando aqui os pós-graduados.

Tabela 7: Caracterização social da amostra Textura (%)

		N	%
Gênero	Masculino	11	61,1
	Feminino	4	22,2
	Travesti	0	0
	Não respondeu	3	16,7
	Total	18	100
Idade	18 a 29	6	33,3
	30 a 44	9	50
	Mais de 45	1	5,6
	Não respondeu	2	11,1
	Total	18	100
Escolaridade	Até ensino médio	0	0
	Graduação (compl. ou incompl.)	12	66,7
	Pós-graduação (compl. ou incompl.)	4	22,2
	Não respondeu	2	11,1
	Total	18	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Dos expositores presentes, 88,9% declararam ter sido responsável ou ter participado ativamente no processo de edição do material vendido/distribuído, número que confirma a expectativa de que a feira seja um local em que são encontrados os autores ou editores do material vendido, e não meros vendedores. A maioria dos expositores se declarou branca (38,9%), seguido de parda (22,2%) e negra (5,6%). Ao todo, 27,8% dos expositores preferiu não identificar sua etnia. Além disso, a grande maioria dos expositores-editores têm residência em Belo Horizonte (83,3%). Nenhum dos expositores declarou morar fora de Minas Gerais.

Metade dos expositores na Textura nunca fez um curso de edição (50%), apesar de boa parte declarar já ter feito algum tipo de curso na área (38,9%). Diversos cursos de edição foram citados. A única instituição a ser mencionada duas vezes foi a UFMG (11,1%).

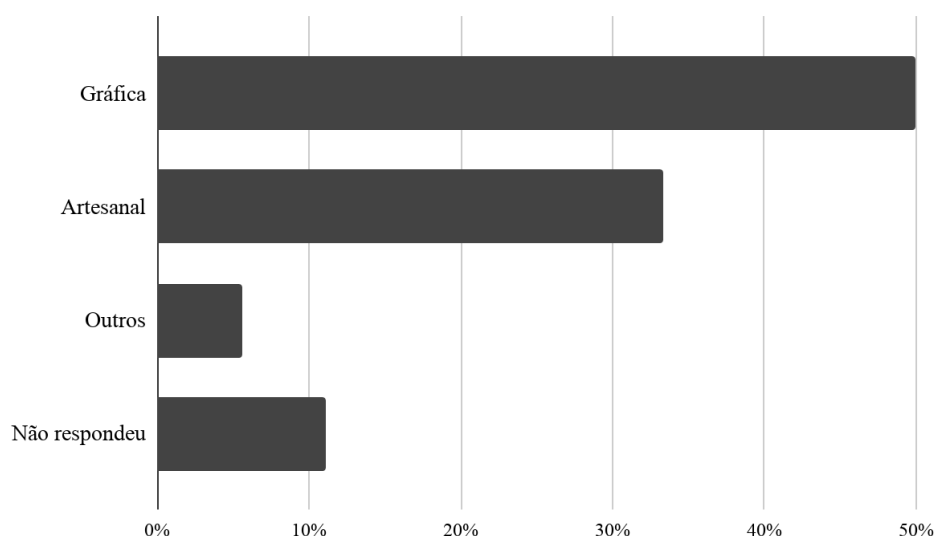
De forma geral, os expositores-editores presentes na Textura levavam uma pequena variedade de publicações à feira, sendo que a maioria levou até cinco tipos de publicações (61,1%). Isso talvez seja explicado pelo fato de que a grande maioria só oferecia publicações que eles mesmos haviam editado (72,2%), evitando a venda de publicações de outras pessoas. Além disso, com metade da feira composta por editoras (50% dos expositores), cujo material publicado tende a exigir um investimento maior e uma dificuldade de transporte maior,

podemos explicar o baixo número de tipos de publicações pelo foco em levar livros e não uma diversidade de materiais à feira.

Como relatamos anteriormente, os editores foram convidados a escolher uma publicação que consideravam ser a principal da banca e responder uma série de perguntas sobre ela. A começar em que área pertence a publicação: Letras (literatura, quadrinhos, zine, livro de artista, revista etc), Design (arte digital, fotografia, ilustração, papelaria etc) ou Outro. Metade dos entrevistados declarou Letras (50%), confirmando o caráter literário da feira, que foca os convites entre editores e publicadores locais, o que era o objetivo dos organizadores, como aponta Lucas Brandão: «Como não são muitas editoras [em Belo Horizonte], a gente as convida para participar. E o que permeia a feira sem ser editora a gente faz uma seleção procurando não repetir ou dar espaço, oportunidade para uma pessoa que já pediu e não participou».

A maioria dos expositores eram também os criadores do material publicado (55,6%). A forma de impressão mais usada foi a gráfica⁸⁴ (50%), seguida dos métodos artesanais como xilogravura, serigrafia e à mão. Essas editoras levam seus livros para a gráfica, fazendo pequenas tiragens e fazendo novas tiragens de acordo com a demanda do mercado. Os métodos artesanais são resultado da inclusão de papelarias, do grupo Evas, que une paisagismo e literatura, e outras iniciativas selecionadas pela curadoria da feira (APÊNDICE 8).

Gráfico 1: Forma de impressão Textura (%)



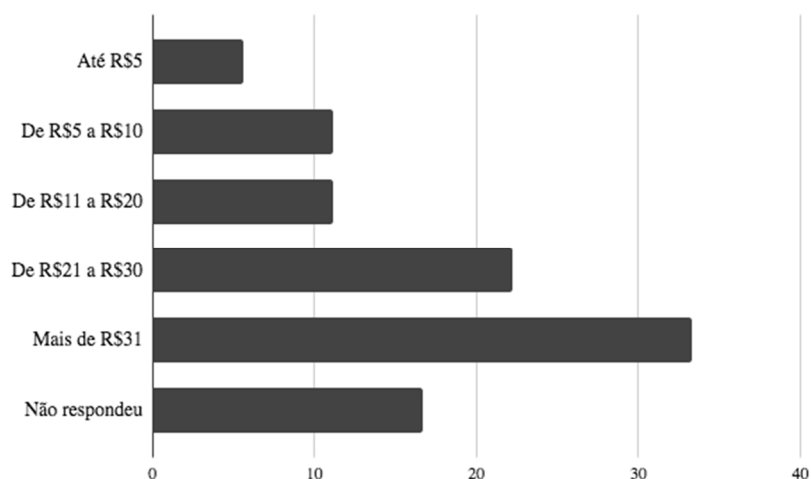
Fonte: Elaborado pela autora.

⁸⁴ Não estão incluídas aqui as gráficas rápidas.

O investimento total no projeto variou bastante. A maior parte dos expositores declarou ter investido mais de R\$501 na impressão de toda a tiragem do projeto considerado o principal da banca. Outros 16,7% declararam ter gastado até R\$50 e 11,1% de R\$101 a R\$ 500. Um número grande expositores não respondeu a essa pergunta (38,9%). Durante as entrevistas, era comum a alegação de que o valor do investimento não era conhecido pelo editor que estava no local. Ou seja, esses são editores que trabalham em equipe, com divisão clara de tarefas a ponto de um editor não saber informações sobre a obra que publica. O dado de que a maior parte que declarou ter gasto mais de R\$ 501 é condizente com o número de editoras, que imprimem em gráficas, na feira. Essa forma de impressão barateia o custo individual da cópia, mas, como a tiragem é maior, o investimento total no projeto fica maior.

As tiragens também apresentaram bastante variação. Metade dos expositores havia feito mais de 101 cópias do seu material (50%) e 16,7% deles fizeram de 11 a 50 cópias. O preço de venda do material apresentado na Textura também variou bastante, sendo a maior parte do material considerado principal vendido por mais de R\$ 31 (33,3%).

Gráfico 2: Preço de venda da publicação principal Textura (%)



Fonte: Elaborado pela autora.

Por fim, foi feita uma série de perguntas sobre a frequência dos expositores a feiras de publicações. A maior parte declarou frequentar espaços do tipo de 1 a 3 anos (33,3%), sendo que 11% dos expositores frequentavam uma feira pela primeira vez. Ao cruzarmos o tempo de frequência em feiras com o gênero do expositor, observamos que são os editores do gênero masculino os que mais frequentam feiras de publicações independentes há mais de 3 anos

(100%). No escalão até 1 ano, também são os homens, e não as mulheres, que mais declaram frequência às feiras (80%). As mulheres são maioria somente no escalão de 1 a 3 anos (60%). As diferenças são estatisticamente significativas ($\chi^2(2)=4,773$; $p<0,1$). Metade dos expositores declarou já ter frequentado mais de dez feiras de publicações.

Tabela 8: Tempo de frequência em feiras de acordo com o gênero na Textura (%)

		Gênero		
		Masculino	Feminino	Total
Tempo de participação em feiras de publicações independentes				
	Até 1 ano	80	20	100
	De 1 a 3 anos	40	60	100
	Mais de 3 anos	100	0	100
	Total	73,3	26,7	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Observamos uma questão de desvalorização do próprio trabalho ao questionarmos quanto foi pago pelo editor para expor no local. Todos os editores que se declararam negros ou de outra etnia que não a branca ou a parda disseram não ter pago para expor no local (50% e 50%, respectivamente). Já entre os brancos e pardos, todos declararam ter pago um valor (o preço cobrado era de R\$ 60) para expor seus trabalhos (65,6% e 36,4%, respectivamente). As diferenças são estatisticamente significativas ($\chi^2(2)=13,000$; $p<0,05$).

Uma vez que expositores observavam que pagavam o valor de estar na feira com o dinheiro arrecadado com as vendas, parece-nos que há um hábito maior entre os editores brancos e pardos em reconhecer o seu trabalho como equivalente a um capital financeiro enquanto os editores negros e de outra etnia não parecem reconhecer o capital financeiro arrecadado com o seu trabalho como ñvalor pago.

Tabela 9: Declaração de preço pago para expor de acordo com a etnia na Textura (%)

		Etnia				
		Branco	Pardo	Negro	Outros	Total
Quanto pagou para expor	Nada	0	0	50	50	100
	Amostra do trabalho	0	0	0	0	0
	Valor pago	63,6	36,4	0	0	100
	Total	53,8	30,8	7,7	7,7	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Os expositores também foram questionados sobre os lugares onde ocorreram outras feiras das quais participaram. Belo Horizonte foi a cidade mais citada⁸⁵ (77,7%), seguida de outro estado (33,3%), outras cidades de Minas Gerais (11,1%) e outro país (5,5%). Considerando que nenhum dos expositores presentes na Textura mora fora de Minas Gerais, esses números apontam para um isolamento da produção editorial local à própria cidade de Belo Horizonte. Há algum esforço por parte dos expositores para levar seu material a outros estados, mas a recíproca não é verdadeira e nenhum expositor de outros estados estava presentes na edição da feira em que a pesquisa foi feita.

Em conclusão, o expositor da feira Textura é um editor (88,9%), frequentemente um homem (61,1%) de até 44 anos (83,3%) com passagem pela graduação (88,9%). Esse expositor é frequentemente branco (38,9%) e mora em Belo Horizonte (83,3%). Esse editor pode ter feito um curso de edição (38,9%). Esse editor vende até cinco tipos de publicações (61,1%) e só oferece trabalhos feitos por ele mesmo (72,2%). Ele se identifica como um publicador da área de Letras (50%) e também é o criador, além do editor, do material que exhibe (55,6%). Ele dá preferência à impressão na gráfica (50%).

A partir desses dados, podemos concluir que a Textura é evento que abre suas portas para novos publicadores, podendo, inclusive, estar incentivando esses editores a publicar. O expositor da Textura é um homem morador de Belo Horizonte de até 44 anos com escolaridade que engloba a graduação, podendo ter feito um curso de edição. Essa pessoa é editora da obra que exhibe, mas nem sempre é a criadora do material. Ele somente vende trabalhos criados e publicados por ele mesmo e se identifica como da área de Letras.

4.3.3 Belo Horizonte das feiras Faísca e Textura

Ao escolher as feiras Faísca e Mercado Gráfico e Textura como os objetos desta pesquisa, sabíamos que estávamos lidando com eventos de perfis muito distintos, o que foi confirmado pelo número de expositores declarando que sua publicação é da área de Letras e do Design. A Faísca é uma feira que tem um grande número de publicadores, mas a literatura é minoria na feira que se divide em dez áreas⁸⁶. Entre os 62 expositores presentes na edição em que foi aplicado o questionário, somente três (4,8%) eram editoras: Lote 42, Kuringa, Vias de Fato. Já entre quem respondeu ao questionário na Textura, feira em que nove de 18 (50%) expositores se declararam da Letras e seis (33,3%) do Design, estão editoras belo-

⁸⁵ Expositores puderam citar tantos locais quanto haviam frequentado.

⁸⁶ Quadrinhos, literatura, design, ilustração, fotografia, gravura, arte digital, livros de artista, zine e papelaria.

horizontinas como Impressões de Minas, Casa, Letramento, Mazza, Moinhos, Modular, Crivo, Crisálida e Chão da Feira. Há uma diferença na dimensão das amostras.

De fato, o cuidado em incluir editoras de pequeno e médio porte a cada edição foi um ponto que ambas as equipes de organização fizeram questão de frisar durante as entrevistas (APÊNDICES 6, 7 e 8). O fato é que há um número pequeno de editoras literárias e é preciso oferecer mais do que um espaço para convencê-las a participar. As parcerias feitas dentro da feira, como o grupo Funil e os eventos Pílula e Palavra Trocada, deixam claro que a presença na feira por parte dos expositores é garantida pela expectativa de troca de capital simbólico e cultural e não somente de capital financeiro.

Com 62 expositores entrevistados na Faísca e 18 na Textura, é preciso cuidado ao fazer comparações entre as feiras. Principalmente se considerarmos que a pesquisa foi feita em uma edição de cada feira, mas ambas ocorriam periodicamente durante a pesquisa e não há motivo para presumir que cada edição tenha sido exatamente igual à pesquisada. A edição pesquisada da Faísca, por exemplo, ocorreu dentro do Centro Universitário UNA e não no BDMG Cultural, local mais comum para a feira. Os resultados podem estar influenciados pela presença dos alunos da instituição. Ainda assim, é produtivo observar algumas semelhanças e diferenças entre as feiras. A maior diferença é a caracterização social de cada uma.

A maior parte dos expositores de ambas as feiras são brancos, moram em Belo Horizonte e passaram pela graduação. A diferença está no gênero e faixa etária: a Faísca tem expositores de 18 a 29 anos, de todos os gêneros, enquanto a Textura tem uma presença ligeiramente maior de homens de até 44 anos. Levando esses dados em consideração, é importante observarmos a existência de um isolamento geográfico dessas feiras, comprovando a observação de Ana Rocha (2018). Apesar de reunir editores com alto nível de escolaridade que frequentam feiras de outras cidades, esses eventos recebem poucos editores de fora do estado. Um motivo possível é a falta de divulgação dos eventos, problema observado pela equipe de produção da Faísca. Outra possível explicação é uma redução do número de viagens durante a crise econômica brasileira, que estava em seu auge durante esta pesquisa. Enquanto o questionário perguntava se o expositor já havia levado seus materiais para fora da cidade, do estado e do país, a questão não estipulava um limite de tempo. Já a observação da presença e ausência de expositores de fora do estado é feita em relação a uma edição da feira. Considerando que as feiras pesquisadas são recentes, sem edições anteriores à crise econômica, não é possível analisar se a ausência dos expositores de outro estado é ligada a

uma falta de vontade desses expositores de viajar a Belo Horizonte ou a uma falta de oportunidade financeira.

Quanto à frequência dos expositores às feiras, observamos que ambas são incentivadoras da presença de publicadores que nunca haviam tido a experiência de expor seu material nesse tipo de evento. Mesmo a Textura, cuja maioria dos expositores frequentava a feira há mais de um ano, tem 11% de expositores inaugurando sua carreira em feiras. São feiras de Belo Horizonte que reúnem publicadores de Belo Horizonte, mesmo os que ainda não têm experiência na área.

Há, também, a necessidade de se apontar um mérito observado em ambas as feiras. As duas registram uma porcentagem maior do que 80% de editores presentes nas bancas, sendo que a maior parte deles, mais de 50% em ambos os casos, são também os criadores do material exibido. Somando-se isso ao fato de que boa parte dos expositores de ambas as feiras declararam ter feito algum tipo de curso de edição (cerca de 40% em ambas as feiras), podemos concluir que há um grau de profissionalização nessas feiras. Elas são constituídas, em parte, de publicadores com formação na área.

Isso mostra que há, de fato, um grupo de criadores que edita e publica seus próprios trabalhos, como apontam Chartier (1998b, p.65) e Wittmann (1999, p.152). Essas feiras são locais de normalização de um comportamento que existe desde a cristalização da figura do autor. A prática desses publicadores simplifica o circuito de comunicações, de Darnton (1982, p. 503) drasticamente. Além do autor-editor, restam somente os leitores (quem compra, quem empresta, clubes e livrarias). São esses autores que também são editores que terão que jogar o jogo bourdiano e lidar com a conjuntura socioeconômica como um todo (ADAMS; BARKER, 1993 apud DARNTON, 2007, p. 503). E, nesse ambiente que reproduz a estrutura do campo editorial de forma simplificada e em menor escala, isso é de fato possível.

O fato de os modos de impressão mais frequentemente citados serem a gráfica e a gráfica rápida também aponta para a importância do avanço dessa tecnologia para o bom momento desses espaços de publicações e trocas. É um legado da popularização dos tipos móveis de Gutenberg, que evoluiu e segue possibilitando edições em tiragens de todos os tamanhos. O movimento não é recente, mas ele mostra um caminho pelo qual autores buscam percorrer desde o momento em que se tornaram proprietários de seu texto:

Os contratos firmados entre os impressores e os autores são uma outra prova do controle que esses pretendiam exercer sobre a publicação de seus trabalhos. A julgar pelo exemplo de Paris, no século XVI, uma tal preocupação é geral. Ele está presente, como podemos ver, quando o autor faz imprimir, por sua própria conta, um livro que

ele mesmo tratará de vender, quer diretamente, quer por meio de um livreiro (CHARTIER, 1998a, p. 54).

Atualmente, com acesso facilitado a tecnologias de impressão e a locais em que é possível vender sua obra diretamente para leitores, os autores que se autopublicam finalmente conseguem exercer o controle pretendido sobre suas publicações. A prova disso é a variedade dos números do valor do investimento, tiragem e preço final da obra. Cada editor publica de acordo com suas condições e pretensões.

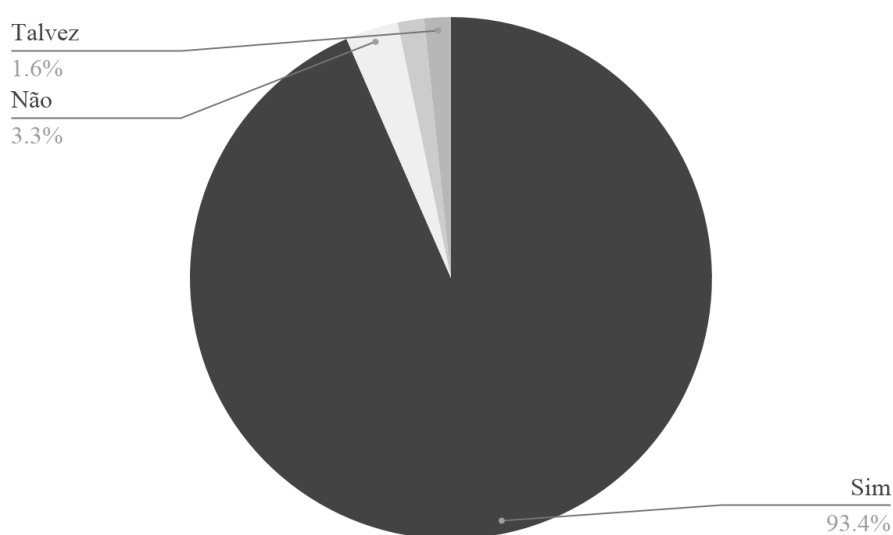
CAPÍTULO 5 • UM OLHAR ÀS IDEOLOGIAS E PRÁTICAS NAS FEIRAS

5.1 A questão da independência: Faísca e Textura

O que significa ser independente? Alguns termos abrigam tantos significados que acabam por ter suas margens desfocadas, passando a oferecer uma definição caracterizada pela inexactidão. Esse parece ser o caso da palavra *independente*, usada, no campo editorial, para caracterizar desde um autor autopublicado que distribui seus livros entre amigos até uma microeditora cujas edições ganham, com certa regularidade, grandes prêmios nacionais. Como duas práticas, de natureza e alcances tão distintos, encaixam-se na mesma definição?

Buscamos os expositores das feiras Faísca e Textura para responder a essa pergunta. Em 18 de novembro de 2017, foi aplicado na Faísca um questionário composto de 49 perguntas, das quais duas são relacionadas à questão do independente: (A) Você se considera um produtor independente? (B) Se a resposta tiver sido sim, o que significa ser independente para você? A pergunta A era apresentada com caixas de *Sim*, *Não* e *Talvez* e a pergunta B era seguida de espaço para resposta dissertativa curta.

Gráfico 3: Você se considera um produtor independente? Respostas na Faísca (2017)



Fonte: Elaborado pela autora.

À pergunta A, foram registradas 61 respostas⁸⁷, sendo que 57 foram ãsimò, duas foram ãnãoo, uma, ãtambémò e uma, ãtalvezò. A partir da observação e análise das respostas dos expositores à pergunta B, foi criado um quadro, de acordo com os apontamentos estudados no livro *Análise de Conteúdo*, de Laurence Bardin (2016).

Quadro 9: O que significa ser independente para você? (2017) Categorização (Faísca)

Total de entrevistados que se declararam produtores independentes		57
Resposta à pergunta foi	Afirmativa (independente é...)	46
	Negativa (independente é não...)	9
	Não respondeu ⁸⁸	2
Menção a autonomia ⁸⁹	Presente	43
	Ausente	12
	Não respondeu	2
Tipos de independência mencionados ⁹⁰	Fazer tudo sozinho	26
	Liberdade criativa de produção	11
	Não há uma empresa (tradicional, formal ou instituição) ou editora envolvida	12
	Não ter patrocínio ou financiamento	10
	Não ceder ao (subverter o) mercado (maior, capitalista, tradicional)	6
	Produção passional (amor)	5

⁸⁷ Somente autores ou editores, e não vendedores, responderam essa pergunta.

⁸⁸ Uma pessoa responde ã(..)ò e outra registra como resposta um texto que não tem relação com a pergunta: ãPara mim, a linguagem das artes gráficas complementa minha produção como artista plástica/visual. É apenas um dos desdobramentos das poéticas e questões com as quais eu já trabalho com, por meio de zines, quadrinhos, livros de artista etcò.

⁸⁹ Aplicamos o sentido de governar-se com os próprios meios.

⁹⁰ Algumas respostas mencionam mais de um tipo de independência. Todos foram registrados.

	Não foi identificado/ não respondeu	3
Outros tipos de menções (intercorrências) ⁹¹	Produção	26
	Vendas	18
	Pagar as contas com a publicação	4
	Empreender/ gerenciar/ gerir	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Algumas observações sobre a elaboração do quadro devem ser feitas. O primeiro item, usado para registrar se a resposta foi afirmativa (independente é...) ou negativa (independente é não...), foi elaborado após uma leitura flutuante. Os subitens de tipos de independência mencionados foram criados a partir da análise das respostas, mas é importante observar que a própria percepção deles se deu após a leitura do trabalho de Szpilbarg e Saferstein (2012), apesar de os itens não serem os mesmos apresentados pela dupla argentina. Os demais itens foram elaborados após uma observação detalhada do conteúdo das respostas.

Usamos o conceito de autônomo como aquele produtor que se governa com os próprios meios. O grau de autonomia variou muito entre as respostas. Para preencher a tabela, a regra usada foi considerar a autonomia presente sempre que houve menção a um fazer sem, mesmo quando ele era específico (sem financiamento, sem suporte institucional, sem padrão) e não geral (fazer tudo, por conta própria, eu mesma fazer). Apesar da alta frequência da declaração de autonomia, nem sempre essa noção era considerada positiva, a exemplo da resposta *“você corre atrás de tudo; eu brinco que todo independente ou grande parte, pelo menos, sonha em ser dependente, em ir para uma grande editora”*.

Ainda assim, algumas respostas ofereceram um desafio para a categorização. A resposta *“fazer a arte com a qual mais me identifico, o que eu quero, é uma referência à liberdade criativa, mas não necessariamente à autonomia no sentido em que trabalhamos o termo. Assim, não identificamos menção à autonomia em sua resposta. Essa resposta não foi exceção. Das doze em que não observamos menção direta à autonomia, oito se referem à liberdade criativa de produção. Entre elas estão: “Ser artista de verdade, liberdade para fazer o que realmente acredita e liberdade criativa e editorial para experimentar”*.

⁹¹ Alguns mencionam mais de uma das opções, outros nenhuma.

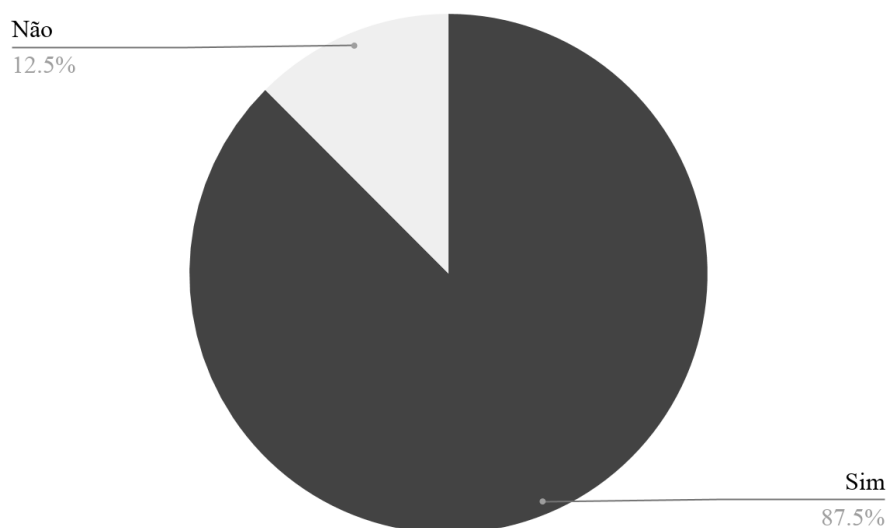
Assim, os expositores presentes na Faísca que se declararam independentes o fizeram de forma majoritariamente afirmativa (80,7%) e com menção a autonomia (75,4%), como *“sou designer, fundadora da loja, e faço praticamente todos os processos, no momento, seria a publicação sem uma editora, e ser independente seria produzir por conta própria, às vezes até centralizando demais as funções por falta de verba, e não estar no mercado maior, mais industrial”*.

Ao preencher o quadro registramos todos os tipos de independência mencionados, mesmo quando uma resposta se referia a mais de um. O tipo de independência mais citado foi *“fazer tudo sozinho”* (45,6%): *“Produzir o seu próprio trabalho independente de outra pessoa para isso e conseguir vender, na questão da autoprodução do material e tudo feito por mim. Também foram citados com frequência os itens ‘não há uma empresa (tradicional, formal ou instituição) ou editora envolvida’ (21%), com declarações como ‘não estar submetida a uma empresa maior; liberdade criativa de produção’ (19,3%), a exemplo de ‘liberdade criativa e editorial para experimentar; e ‘não ter patrocínio ou financiamento’ (17,5%), bem representado por ‘não ter financiamento de outros’*.

A produção (45,6%) e as vendas (31,6%) do produto editorial também foram consistentemente citadas. Entre os exemplos estão: *“Você não depender de nenhuma empresa ou editora e fazer seu próprio negócio, da criação a produção e venda, fazer todos os processos, desde a concepção até a venda, não passa por nenhuma outra mão a não ser a minha e produzir e vender por conta própria”*.

Em 16 de dezembro de 2017, foi aplicado o mesmo questionário a 18 expositores presentes na Textura, ocorrida no Agosto Butiquim.

Gráfico 4: Você se considera um produtor independente? Respostas na Textura (2017)



Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 10: O que significa ser independente para você? (2017) Categorização (Textura)

Total de entrevistados que se declararam produtores independentes		14	
Resposta à pergunta foi	Afirmativa (independente é...)	10	
	Negativa (independente é não...)	4	
	Não respondeu	0	
Menção a autonomia ⁹²	Presente	9	
	Ausente	5	
	Não respondeu	0	
Tipos de independência mencionados ⁹³	Fazer tudo sozinho	2	
	Liberdade criativa de produção	3	

⁹² Aplicamos o sentido de governar-se com os próprios meios.

⁹³ Algumas respostas mencionam mais de um tipo de independência. Todos foram registrados.

	Não há uma empresa (tradicional, formal ou instituição) ou editora envolvida	2	
	Não ter patrocínio ou financiamento	6	
	Não ceder ao (subverter o) mercado (maior, capitalista, tradicional)	4	
	Produção passional (amor)	3	
	Não foi identificado/ não respondeu	0	
Outros tipos de menções (intercorrências) ⁹⁴	Produção	5	
	Vendas	3	
	Pagar as contas com a publicação	0	
	Empreender/ gerenciar/ gerir	1	

Fonte: Flávia Denise P. de Magalhães (elaboração própria)

À pergunta A, foram registradas 16 respostas⁹⁵, sendo que 14 foram ãsimò e duas foram ãnãò. As respostas à pergunta B na feira Textura foram categorizadas em um quadro idêntico ao usado na análise das respostas à mesma pergunta feita na feira Faísca. Assim como na Faísca, os expositores da Textura que se declararam independentes o fizeram majoritariamente de forma afirmativa (71,4%), com menção à autonomia (64,2%), a exemplo de ãeu me pergunto isso, é fazer às próprias custas, sem incentivos de terceirosò e ãsignifica fazer tudo por conta própria, às vezes se sobrecarregando e tomando mais funções que se pode ter, por falta de recurso para passá-las adiante; também significa ficar fora do eixo conhecido como mainstreamò.

As duas feiras estudadas se distanciam quando é feita a análise do tipo de independência mencionada. Na Textura, o mais citado foi ãnão ter patrocínio ou financiamentoò (42,8%), como ãconseguir expressar seu gosto sem suporte financeiro externoò e ãnão ter nenhum patrocínio e ter uma criação autoralò. Outro tipo de independência mencionado consistentemente foi ãnão ceder ao (subverter o) mercado (maior, capitalista,

⁹⁴ Alguns mencionam mais de uma das opções, outros nenhuma.

⁹⁵ Somente autores ou editores, e não vendedores, responderam essa pergunta.

tradicional) (28,6%), do qual podem ser citadas: "Significa fazer tudo por conta própria, às vezes se sobrecarregando e tomando mais funções que se pode ter, por falta de recurso para passá-las adiante; também significa ficar fora do eixo conhecido como "mainstream" e "duas coisas: mercado independente, negócio do livro. E a possibilidade de publicar pessoas independentes. Que não precisa de grana para publicar. Dar oportunidade para um autor que as grandes editoras não teriam interesse". Assim como ocorreu na Faísca, a produção e as vendas estiveram presentes nas respostas. A produção foi mencionada em cinco das respostas (35,7%) e as vendas em três delas (21,4%).

É importante observar algumas menções que surgem nas respostas da Textura e não estão contempladas no questionário. Ao menos três pessoas fizeram menção a uma rede de produtores, o que havia sido observado em somente uma resposta na Faísca. Houve, ainda, menção a uma identificação com o independente, aos moldes do descrito por Muniz (2016, 2017) na resposta que começa: "Inicialmente, se autointitula independente". Também nos chamou a atenção uma resposta que se refere à independência como modo de produção, como é proposto por Oliveira (2017): "Independente significa pra mim ter a distribuição limitada, o número de publicação por ano, a forma de receber os originais e o tratamento com os e as autoras".

Também é importante frisar que a comparação entre os Quadros 10 e 11 deve ser feita com ressalvas. Isso ocorre porque cada feira tem características particulares que influenciam os resultados dos questionários, especialmente no item "tipos de independência mencionados". A Faísca é uma feira que tem um grande número de produtores, autores e artistas independentes, que criam e publicam eles mesmos seus próprios trabalhos. A literatura é minoria na feira que se divide em dez áreas⁹⁶ – somente nove dos 62 (14,5%) entrevistados identificaram que seus trabalhos estavam relacionados à área de Letras (literatura, quadrinhos, zine, livro de artista, revista etc) enquanto 48 (77,4%) declararam ser do Design (arte digital, fotografia, ilustração, papelaria etc). Entre os 62 expositores presentes na edição em que foi aplicado o questionário, somente três (4,8%) eram editoras: Lote 42, Kuringa, Vias de Fato. Já entre quem respondeu ao questionário na Textura, feira em que nove de 18 (50%) expositores se declararam de Letras e seis (33,3) do Design, estão editoras belo-horizontinas como Impressões de Minas, Casa, Letramento, Mazza, Moinhos, Modular, Crivo, Crisálida e Chão da Feira, o que representa 50% dos expositores que responderam ao questionário.

⁹⁶ Quadrinhos, literatura, design, ilustração, fotografia, gravura, arte digital, livros de artista, zine e papelaria.

Levando o perfil dos expositores de cada uma das feiras estudadas em consideração, podemos contextualizar os números levantados no item tipos de independência mencionados. Faz sentido que 26 artistas autopublicados mencionem não fazer tudo sozinho na Faísca e somente dois o façam na Textura. Ora, um evento é praticamente composto de gente que não faz tudo sozinho, enquanto o outro tem um número grande de empresas, mesmo que de pequeno porte. A menção mais bem citada em ambas as feiras é não ter patrocínio ou financiamento, mencionada por dez pessoas na Faísca (17,5%) e por seis na Textura (42,8%).

Podemos concluir, com base nos números levantados a partir da análise das respostas às perguntas (A) Você se considera um produtor independente? (B) Se a resposta tiver sido sim, o que significa ser independente para você?, que a grandíssima maioria dos expositores entrevistados se considera produtor independente (93,4% na Faísca; 87,5% na Textura). Também podemos concluir que, ao elaborar sua definição de independente, eles o fazem de forma afirmativa (80,7% na Faísca; 71,4% na Textura) e com menção à autonomia (75,4% na Faísca; 64,2% na Textura). Considerando ambas as feiras, o tipo de independência mais citado é não ter patrocínio ou financiamento (17,5% na Faísca; 42,8% na Textura) enquanto, considerando as feiras individualmente, não fazer tudo sozinho (45,6%), não há uma empresa (tradicional, formal ou instituição) ou editora envolvida (21%), liberdade criativa de produção (19,3%) são citados de forma consistente na Faísca, assim como não ceder ao (subverter o) mercado (maior, capitalista, tradicional) (28,6%) o é na Textura.

Por fim, chamo a atenção para as menções a duas etapas do processo de publicação mencionadas nas respostas: a produção e as vendas. Ambas foram citadas espontaneamente, uma vez que não havia menção a elas na pergunta, e com frequência. Produção surge em 45,6% das respostas da Faísca e em 35,7% das respostas da Textura. Já vendas é mencionada em 31,6% das respostas da Faísca e em 21,4% das respostas da Textura. Com base nesses números, podemos apontar que há fortes indícios de que, ao menos na concepção dos produtores independentes entrevistados, a questão da independência ultrapassa a etapa da criação e engloba, também, a etapa da distribuição do material publicado.

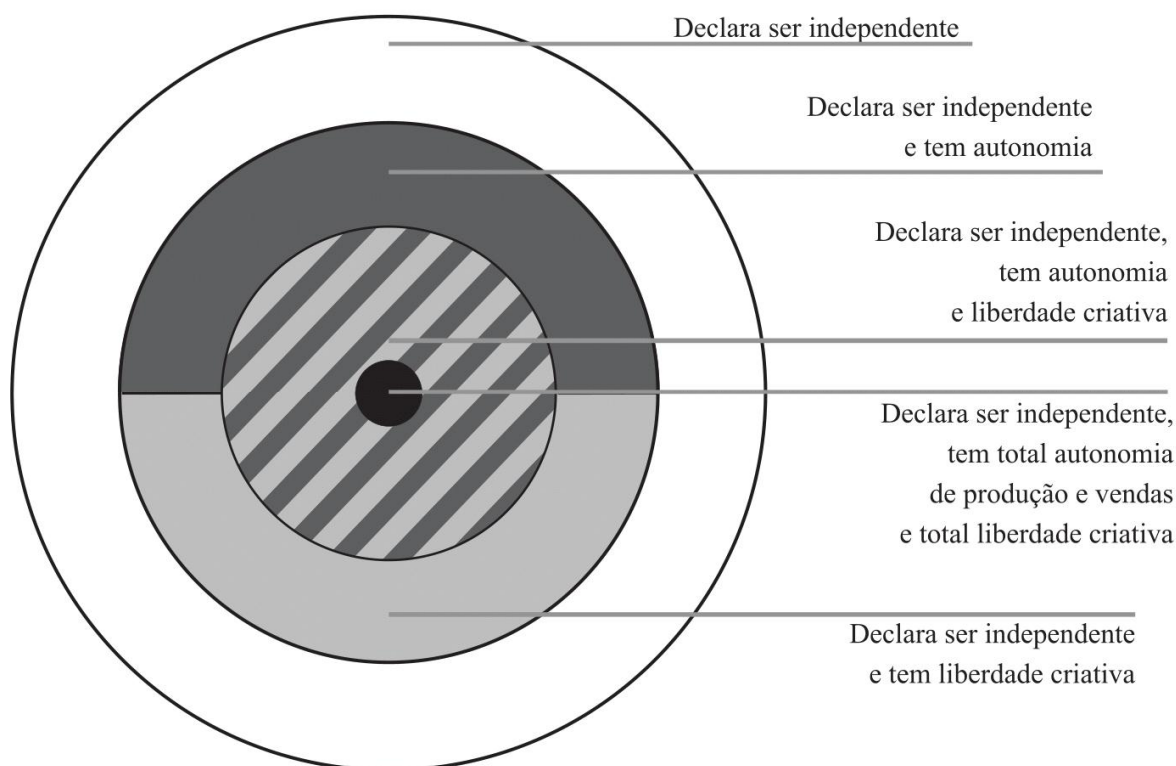
5.1.1 O lugar do independente

Levando em consideração os dados levantados nas feiras, os comentários nos grupos focais e as observações de pesquisadores do tema, que apontam o aumento do uso do termo, sua dificuldade de definição e sua relação com conjunturas político-econômicas, talvez seja interessante inverter o ponto de observação e considerar o termo independente a partir da

definição dos próprios produtores. Olhando por esse prisma, podemos observar o independente a partir de suas três manifestações mais claras: (1) afirmação identitária do produtor como independente, (2) produção e distribuição com os próprios meios e (3) liberdade criativa de produção. Nessa linha de pensamento, podemos definir que o núcleo, o ponto central do independente, pode ser representado, com pureza, por um produtor que se declara independente sem hesitações de qualquer natureza, produz e vende com seus próprios meios, sem ajuda de qualquer natureza, e exerce total liberdade criativa, não tendo que responder a ninguém sobre o que cria.

A partir disso, é possível localizar o produtor independente aos moldes de um mapa de tiro ao alvo (DIAGRAMA 4). No centro, localizamos a noção pura do termo e, à medida em que se distancia desse núcleo, menor é a autonomia e a liberdade criativa. A margem desse mapa, o limite do alvo, é a autodeclaração de independente, em concordância com Muniz Jr. (2016, 2017). Somente será mapeado quem se declara independente. Entre o centro e a margem, assim como em um mapa de tiro ao alvo, há diversas posições que refletem o número de pontos do independente. Quanto mais autônomo e com maior liberdade criativa o produtor independente se declarar, mais pontos acumulados e mais ao centro estará.

Diagrama 4: O lugar do independente



Fonte: Elaborado pela autora.

O modelo proposto pode ser uma solução para entender as sutis diferenças entre um produtor independente e outro, para entender as aproximações e distanciamentos entre um autor autopublicado e uma editora – principalmente quando ambos se declaram independentes. Em outras palavras, a editora de médio porte que usa financiamento governamental e cria a partir das diretrizes do estado e se declara independente está localizada no mapa, mas não em uma posição central. A editora de médio porte que publica por seus próprios meios, vende em feiras e permite total liberdade criativa a seus autores está mais próxima ao centro. Já o núcleo deste mapa fica destinado aos produtores independentes que, como muitos produtores da Faísca apontaram, fazem tudo eles mesmos, da criação, passando pela publicação até as vendas. Dessa forma, é dada ao termo uma margem sem deixar de se respeitar a identificação de cada produtor ou empresa com o independente.

Seguindo o modelo, poderíamos incluir todos os que responderam à pergunta “você se considera um produtor independente?” no gráfico e aproximá-los ou afastá-los do centro dependendo do grau de autonomia e de liberdade criativa. O resultado, acreditamos, seria um reflexo dos Quadros 9 e 10, no qual vemos que há uma abundância de posições, mesmo entre aqueles que se declaram independente.

O poder de definir as fronteiras de um campo também é o poder de legitimar ou não um agente dentro deste campo. A própria busca por uma definição do termo independente é um movimento político que inclui e exclui, beneficia e prejudica aqueles que assim se consideram. É muitas vezes pautada por uma vontade não de entender as motivações e práticas de quem assim se declara, mas de determinar quem pode e quem não pode ser considerado independente. Para quem busca linhas visíveis marcadas em pedra, o modelo proposto neste estudo não é solução de qualquer tipo, uma vez que representa uma tentativa de compreensão do que cada produtor independente fala quando ele se declara independente e como cada um se situa em relação a outros produtores independentes dentro de um quadro em que há cada vez mais artistas identificando-se (funcionalmente e espiritualmente) com o termo “independente”. Apesar disso, a compreensão do que pensam esses produtores sobre suas próprias práticas e como se inserem num mercado ou fora de um mercado, por mais inicial que seja a apresentada aqui, é uma forma de dar voz a quem a busca.

5.2 A construção de uma rede

O próprio nome dado aos encontros estudados nesta pesquisa, “feira”, indica que sua atividade central é capitalista. São eventos de compra e venda de publicações de natureza

imagética e/ou textual. Apesar disso, os grupos focais realizados com publicadores da Faísca e da Textura revelam que há outras atividades acontecendo nesses locais e, para muitos dos expositores, são essas trocas de capitais não financeiros que os estimulam a estar presentes. Essa percepção perpassou os três grupos focais, de edição imagética, textual e geral. Para os expositores que participaram da dinâmica metodológica, as feiras são importantes por serem um dos poucos momentos que eles têm a oportunidade de conhecer outras pessoas que fazem publicações como as próprias⁹⁷. É um momento de aquisição de capital simbólico e de construção de uma rede:

Iago Passos: Pra mim é um momento de conhecer gente e... trocar e realmente conhecer pessoas que, às vezes, você leva para a vida. E...às vezes realmente criar ou laços de trabalho ou laços mesmo de amizade e pra mim... pra mim o livro... a ideia de fazer um livro é.. não era como intenção. Virou muito uma forma de encontrar pessoas bonitas. Assim, de ter pessoas muito legais, que se admira... e aprender com elas e formar essa rede. (edição textual)

Gustavo Machado: Toda rede independente que eu tenho é decorrente das feiras. [...] Porque a minha situação, eu venho de escritório, trabalho em ambiente fechado, você está ali trabalhando, tem um cliente, tem esse fluxo, né? Então, a partir do momento em que eu comecei essa produção, esse marco de participar, ver outras pessoas fazendo, saber quem são essas pessoas. Porque até então, você tem caminhos que são muito diferentes. Ou você vê o trabalho na internet, mas você não sabe de quem é ou vê o trabalho na rua, mas também não tem cara. E a feira é esse contato que você começa a ver as pessoas. (edição imagética)

A questão da construção de uma rede é tão forte entre os expositores que a maior parte deles a reconhecem como mais relevante para a decisão de participar do que a expectativa de lucro financeiro, que foi considerado pequeno por todos os participantes dos grupos focais.

Lucas Maroca de Castro: Pelo que eu noto [...] são pouquíssimas pessoas expositoras que vendem expressivamente na feira, né? [...] Então eu acho que, na minha leitura, e falando desse lugar, [a feira] é muito mais pra troca. Conversar, conhecer, e aí sai projeto conjunto. Por exemplo, o Wallison [Gontijo], que eu conheci na Textura, a gente tá fazendo um projeto chamado Palavra Trocada. Crivo, Impressões [de Minas] e a Livraria do Belas. Então isso veio do nosso relacionamento ali de se conhecer na feira e tal. [...] [Tem] o Pílula também. O Nathan [Matos], que era da Moinhos, a gente conhecia ele da feira, [ele] fez nosso site. Enfim, depois ele fez o Pensar Edição [Fazer Livro]⁹⁸ e convidou a gente, então... Eu acho que tem muita troca [...] Acho que a feira, ela é sobretudo pra reunir essa galera aí. (edição geral)

A percepção de que a feira serve para mais do que ñcompra e vendaò não é exclusividade dos publicadores consultados ao longo desta pesquisa. Pesquisando a Feira de

⁹⁷ Outro momento citado foi o próprio encontro do grupo focal de edição imagética, que promoveu debate sobre o fazer editorial e a presença nas feiras.

⁹⁸ Evento anual realizado em parceria por Nathan Matos e a prof. dra. Ana Elisa Ribeiro, orientadora desta dissertação.

Frankfurt, conhecida por movimentar grandes somas na compra e venda de direitos autorais, o pesquisador argentino Gustavo Sorá observa movimento semelhante ao analisar a presença de pequenas editoras no evento anual:

O que eu quero enfatizar é que a Feira de Frankfurt (também) aparece como um lugar desejável para os editores de pequenos empreendimentos, mesmo quando eles não têm quase nada para negociar. Isso contradiz a atual caracterização de Frankfurt como uma feira de compra e venda de direitos? O argumento que predomina quando pequenos editores são questionados sobre as razões de sua presença é centrado em uma questão pedagógica: aprendizagem, que pode significar aprender a conhecer tendências, conectar-se, renovar, crescer, etc. No caso dos editores independentes, a intenção também é orientada para que o coletivo planeje políticas e instituições que permitam alcançar coletivamente o que ninguém conseguiria individualmente⁹⁹ (SORÁ, 2013, p.116).

Essa construção de uma rede dentro das feiras, em especial dentro da Textura, que foi a mais citada quando houve discussão sobre as conexões entre publicadores nos grupos focais, aproxima as obras publicadas ao livro orgânico (*libro orgánico*), de Magalí Rabasa (2016). Reconhecemos aproximações das publicações presentes nas feiras com todas as seis características¹⁰⁰ apontadas por Rabasa. O único ponto em que as publicações presentes nas feiras Faísca e Textura se distanciam do livro orgânico de Rabasa (2016) é o fato de que elas nem sempre são livros, podendo ser fanzines, pôsteres, ímãs, cadernos etc.

Nos espaços do livro orgânico, a autonomia torna-se visível em práticas que se recusam a reproduzir o autoritarismo do Estado, do capital e da academia, e que privilegiam o diálogo e a horizontalidade como estratégias de conhecimento que são relacionais e ativas. E assim, representa uma ruptura com as relações e hierarquias que são endêmicas para as instituições de poder. Conhecimento como poder-fazer é pensamento autônomo. O livro orgânico aparece nesse processo de pensar fazendo como uma pequena máquina, uma agência maquínica (DELEUZE; GUATTARI, 1987) que articula os diferentes elementos que o criam (materiais, objetos, atores, dinâmicas, idéias) em um processo fluido e contínua, e que existe em relação a outras máquinas, seja a máquina de estado, a máquina capital ou a máquina da comunidade

⁹⁹ Tradução Nossa. No original: ñLo que me interesa remarcar es que la Feria de Frankfurt (también) aparece como un lugar deseable para editores de pequeños emprendimientos, aún cuando no tengan casi nada para negociar. ¿Contradice esto la caracterización corriente de Frankfurt como una feria de compra y venta de derechos? El argumento que predomina cuando se le pregunta a los pequeños editores por las razones de su presencia, se centra en una cuestión pedagógica: aprender, lo cual puede querer decir aprender para conocer tendencias, conectarse, renovarse, para crecer, etc. En el caso de los editores independientes la intención también se orienta a la asociación colectiva para planificar políticas e instituciones que permitan lograr de manera colectiva lo que ningún caso singular alcanzaría de modo individual.ò

¹⁰⁰ Relembrando: ñ1. Um compromisso com a produção de livros de baixo custo; 2. Uma perspectiva autônoma (frente ao capitalismo, ao estado e à academia); 3. Uma práxis de autogestão; 4. O uso do espaço público para a distribuição; 5. Um compromisso com formas coletivas de organização; e 6. Participação em redes locais e translocais de escritores, editoras, leitores e movimentos. Em seu conjunto, essas características posicionam o livro orgânico em uma relação antagônica ao capitalismo e à mercantilização do livro (e da vida!) (RABASA, 2016, p. 7).ò

social¹⁰¹ (ZIBECHI, 2006) que dispersa o poder e gera relações horizontais¹⁰¹ (RABASA, 2016, p.19).

De fato, é possível observar essa autonomia entre os participantes da feira e parece haver um grau de ruptura com ñrelações e hierarquias que são endêmicas para as instituições de poder^o. Vemos isso na criação de grupos internos à feira, como o Funil, e na organização de eventos paralelos, como o Palavra Trocada. Apesar de incluírem Wallison Gontijo, um dos organizadores, eles não estão submetidos à feira. Não obstante, é preciso observar que há uma distância entre o circuito da feira argentina FLIA descrita por Rabasa e o que observamos na Faísca e na Textura. Nos parece que esse movimento autônomo que caracteriza a feira argentina ainda é incipiente nas feiras brasileiras. Ele começa a tomar forma com a construção de rede descrita pelos participantes dos grupos focais, mas ainda não é bem-definido o suficiente para que possamos fazer mais do que apontar uma breve semelhança entre as feiras dos dois países.

Ainda assim, a questão da construção da rede foi tão forte que observamos na fala dos expositores dos três grupos focais que ela foi mais frequente e mais aprofundada do que as menções a um contato com o leitor ou o comprador, que foi citado de forma superficial.

Diogo da Costa Rufatto: Eu acho que assim, essa rede que se forma, entre editores e leitores, escritores, eu falo que a gente faz uma espécie de troca literária, né? Porque escreve, compra o livro quem escreve. Eu acho um pouco difícil a gente sair dessa bolha. Porque acaba que a gente faz assim: você compra meu livro, eu compro seu livro, aí nós vamos... noutro mês outro publicou... e tal.

Mediação: Você acha que os compradores são os próprios autores e editores no fim das contas?

Diogo da Costa Rufatto: A maioria, sim.

Poliana Guimarães: Família e amigos.

Diogo da Costa Rufatto: Pelo menos da minha experiência dos meus livros.. é. Família e amigos. E eu acho muito raro ter, assim, pessoas... eu ainda não tive experiência de algum desconhecido, sabe? (edição textual)

¹⁰¹ Tradução nossa. No original: ñEn los espacios del libro orgánico, la autonomía se hace visible en las prácticas que se niegan a reproducir el autoritarismo del Estado, el capital y la academia, y que privilegian el diálogo y la horizontalidad como estrategias de un conocimiento que es relacional y activo. Y así, representa una ruptura con las relaciones y jerarquías que son endémicas a las instituciones del poder-sobre. El conocimiento como poder-hacer es el pensamiento autónomo. El libro orgánico aparece en este proceso de pensar-hacer como una pequeña máquina, un agenciamiento maquínico (Deleuze y Guattari, 1987) que articula los distintos elementos que lo crean (materiales, objetos, actores, dinámicas, ideas) en un proceso fluido y continuo, y que existe en relación con otras máquinas, sea la máquina del Estado, del capital o la ñmáquina social comunitaria^o (Zibechi, 2006) que dispersa el poder y genera relaciones horizontales.

Isso mostra que também há uma distância entre o autor independente do século XVIII, caracterizado pelo pesquisador alemão Reinhard Wittmann, e o publicador presente nas feiras Faísca e Textura. Wittmann observa, no século XVIII, um contato intensivo entre autor e leitor, [que leva] a uma comunhão espiritual fomentada pelo livro (WITTMANN, 1999, p.152). O que os participantes dos grupos focais observam é uma possibilidade de contato entre autores e outros autores que unem forças para promover novos espaços para a produção independente. Os autores são também leitores, mas o contato do publicador ou do autor-editor com pessoas que se identificam unicamente como leitores não foi considerado relevante pelos participantes dos grupos focais. É esse, inclusive, outro ponto que surgiu nos grupos focais, em particular no de edição geral e de edição textual: a percepção de que essas feiras têm um público de pequenas dimensões e que há mais oportunidade de troca entre os expositores do que de venda. Isso reforça a percepção de que essas feiras estão se formando como pontos de encontro de publicadores, como locais em que o fazer editorial é visto e discutido. Desse ponto de vista, a questão da venda é secundária.

5.3 A questão da distribuição

Há poucos espaços de venda de livros e muita coisa sendo produzida no país, diz Cristina Warth.
(CHARÃO; COSTA, 2013)

O maior gargalo do mercado do livro brasileiro é a distribuição¹⁰². Como observamos no capítulo 3, as soluções históricas do campo editorial para fazer o livro chegar ao leitor são a livraria, a distribuição pelos Correios e o evento literário. Quando o assunto é publicação independente, no entanto, essa questão se agrava uma vez que os publicadores independentes não têm o mesmo acesso a livraria e ao evento literário que casas editoriais de maior porte¹⁰³. Procurando ampliar o conhecimento acerca da distribuição de publicações independentes, os autores-editores e editores presentes nos grupos focais foram convidados a apontar os locais em que distribuem as obras que publicam. Em comum, os três grupos focais apontaram locais como a própria feira, venda online e a parceria com lojas locais, sejam elas lojas colaborativas (exemplo do grupo de edição imagética) ou livrarias locais (exemplo dos grupos de edição textual e geral).

¹⁰² Ver CHARÃO; COSTA, 2013.

¹⁰³ Um exemplo é a própria motivação para o desenvolvimento da Libre, citada no capítulo 3.

Em todos os grupos foi observada uma grande dificuldade em estar dentro de grandes livrarias por dois motivos: (1) os publicadores independentes não produzem tiragens volumosas o bastante para abastecer um número grande de lojas e (2) há uma percepção de que o público de uma rede de livrarias não terá a sensibilidade necessária para compreender o motivo pelo qual um produto artesanal, feito à mão e em uma tiragem pequena será mais caro do que o produto industrializado.

Camila Barone: No caso da Leitura, por exemplo, o público que vai lá não é o público que está querendo [papelaria artesanal]. Não vai ser um público que está interessado num processo todo manual, que quer saber [sobre] o papel, que quer conversar com quem fez. É uma pessoa que quer um caderno bonitinho pra escrever notas. Então ela compra os cadernos Cícero ou então os da China mesmo, que [eles] vendem. [Risos] O público da feira, ele quer saber como você fez, ele pergunta: "Olha, onde você compra esse papel?" O público das lojas colaborativas também, embora eu não esteja em nenhuma loja, mas já participei. Acho que ele quer saber como você fez, quer até aprender fazer, a gente ensina também. A pessoa vê que dá trabalho e ela valoriza, aí, então, acho que é diferente. (edição imagética)

Como cada grupo focal foi composto por publicadores de obras de naturezas diferentes (textual ou imagética), os locais apontados como ideais para a distribuição também variaram. Entre os editores de publicações imagéticas, surgiu o exemplo da galeria de arte, onde eles podem expor impressões. Essa possibilidade, porém, gera um conflito balizado no questionamento se o que eles produzem é arte ou publicação:

Samuel Wenceslau: [...] A gente fica meio no limbo, sabe? Você está na feira, na galeria. Aí o povo da galeria implica que você está na feira, o povo da feira fala: "O que você está fazendo na galeria?" Aí eu tô meio assim no limbo. [...] Se coloca no site ou não. [...] Perceber esses lugares distintos ou não, sabe?

Mediação: Você acha que tem uma cobrança de... se você é da feira, você é da publicação, então você não é da arte. Se você é da arte, você não é da feira, porque isso é publicação. Um negócio de exigir?

Samuel Wenceslau: Tem uma cobrança [...] Eu fui começar a entender isso depois, quando eu comecei a vender alguns trabalhos [por causa dessa] coisa da tiragem. Quando comecei, fiz umas cópias, aquelas coisas da feira, na Faísca, né? Não tinha pensado em nada, em embalagem... Fui lá, vendi. [...] Depois, quando eu fui fazer minha exposição, fui vender numa galeria, ela falou: "Ah, mas você não pode vender isso na feira. Você tem que fazer uma tiragem [numerada] [...]". Então existe uma cobrança, sim. Até pelos colecionadores. [...] Mesmo que eu vá na feira, não posso vender tão barato [...], porque também é um trabalho de arte que está sendo...

Mediação: Desvaloriza a parte artística?

Samuel Wenceslau: É! Eles acham que desvaloriza. Há uma cobrança. (edição imagética)

É uma situação que revela um caráter deslegitimador da feira para o criador da imagem. Uma das soluções propostas para lidar com essa situação foi promover uma separação total do que é trabalho do ãartistaò e o que é trabalho do ãpublicadorò. Para o ilustrador Alexandre Júnior, o trabalho de publicador é caracterizado por uma preocupação com o público e o de artista, com uma criação ãegoístaò.

Alexandre Júnior: Pelo menos eu tenho uma distinção clara do meu trabalho como artista, que pode circular numa galeria, aquele trabalho que diz que é com ãAò maiúsculo, que é uma besteira também. Do trabalho que vou levar pra feira de publicação. Aí retomo um pouco daquela coisa do artista egoísta, que eu sou muito egoísta nesse sentido, que é querer parir a publicação para mim mesmo. E eu vejo como uma falha de não pensar no meu público, de como esse trabalho vai chegar em alguém, coisa que eu vejo que eu, que eu vejo essa qualidade em outras pessoas que vão na Faísca. (edição imagética)

Para os participantes dos grupos focais de edição textual e geral, outra forma de distribuição é a venda direta pelo autor em lançamentos e relançamentos em diferentes locais (escolas, livrarias ou outras cidades). Esse método é, inclusive, considerado o mais eficiente, principalmente pelos publicadores do grupo de edição geral, no qual havia editores que não eram também autores.

Lucas Maroca de Castro: Lancei Férus: o cão mais bravo da cidade[...], daí um mês eu vou e relanço numa escola, daí um mês relanço em outra escola. [...] Costumo chamar de relançamento porque tem um oficial. E um outro movimento, que eu acho que distribui bem, é quando você é parceiro do autor e ele te vende, né. Então o próprio autor distribui muito, assim. Isso funciona muito bem

Camila Moraes: E o momento do lançamento, sem dúvida nenhuma, em termos de livro, é o que mais vende, né. [...] Aí é importante fazer um momento de lançamento assim porque é de onde de fato sai a maioria dos livros, né. Depois, você tem que fazer uma ação, né? Vai em algum lugar, participa de feira... Ou é pingadinho. (edição geral)

Entre os autores-editores do grupo de edição textual, a tendência de o autor assumir as vendas também foi observada:

Iago Passos: É interessante como que o autor está tendo que se apropriar do projeto... do trabalho de distribuição, né?

Mediação: Que seria o trabalho do editor também, né?

[Todos falam juntos]

Laetitia Valadares: Mas eu acho que os escritores não sabem disso.

Poliana Guimarães: Não, deveria ser, mas editora independente, editora pequena não tem essa capacidade, não atinge livraria. Livraria cobra 40% [do preço de capa]. Eles não vão por qualquer coisa em rede nacional. Tá, se eu for aqui na

Scriptum, na Savassi, chegar lá, conhecer o cara: ãAh, deixa meu livro artesanal aqui?ð. O cara deixa. Vai te cobrar 40%, mas eu não vou conseguir distribuir na Leitura, no Brasil inteiro. (edição textual)

Essa estratégia de vendas, que se baseia na presença do autor, também é observada por Thompson (2013) quando ele discorre sobre os motivos pelos quais é difícil ser uma editora de médio porte. Ele descreve as técnicas de produção e vendas das pequenas editoras como uma ãeconomia de favoresð (THOMPSON, 2013, p. 191), que nada mais é do que essa forma eficiente de vendas, que conta com a figura do autor. De forma geral, a questão da distribuição foi tratada com muito interesse em todos os grupos focais, sempre com trocas de sugestões entre os publicadores. O que fica das discussões, porém, é que a distribuição é um problema que a feira, com seus expositores que compram o trabalho dos colegas ou fazem trocas, não resolve por completo. Para a maioria dos expositores presentes nos grupos focais, a busca por uma loja online ou física é preocupação real, mas as opções de distribuição e as dificuldades de divulgação são problemas que ainda estão em aberto.

5.4 A figura do editor

Uma das primeiras questões propostas nos três grupos focais foi: ãVocês se consideram editores?ð. Nos grupos focais de edição imagética e textual, os participantes foram selecionados por terem participado de feiras com publicações impressas de sua autoria. Já no grupo focal de edição geral, foram selecionados tanto expositores que eram autores-editores quanto somente editores. A resposta imediata nos três grupos foi muito similar. Rostos indicando um estranhamento, um balançar de cabeças generalizado e poucos participantes verbalizando, sem muita convicção, ãnãoð. Mesmo no grupo de edição geral, em que havia dois editores que não se autopublicam e trabalham a publicação de obras de terceiros, não houve quem assumisse sem ressalvas ser um editor.

Os motivos por trás da negativa foram variados e cada grupo apresentou uma lista de objeções para evitar que o ato de editar implicasse em sua caracterização como editor. Algumas vertentes da negativa do editor que se repetiram nos três encontros chamam a atenção. O principal motivo para negar o ãtítuloð de editor era a atribuição dele ao outro, de preferência a alguém do ãmercado literárioð, de ãgrandes corporaçõesð ou que pensa a obra como um ãempresárioð.

Ana Marta Coutinho: [...] essa coisa do editor, para mim, ela remete bem ao mercado literário mesmo, a uma pessoa que, por exemplo, vai pensar quem vai abrir

o livro. Quem vamos chamar para abrir o livro, para fazer o prefácio desse livro? Então, há um direcionamento para aquele produto específico e ele destina ao mercado. O editor vai ter esse papel importantíssimo que é cadastrar o livro na Biblioteca Nacional e ele pode fazer o registro do ISBN. (edição da imagem)

Igor Britto: Quando fala de editor, editora, você só lembra de grandes corporações, grandes editores mesmo. Companhia das Letras, Record. (edição do texto)

Lucas Maroca de Castro: O editor hoje, ele não... assim, um editor que tá simplesmente pensando no livro, ele não tem mais lugar, né? [...] Eu detesto um pouco essa palavra, mas é aquela ideia de ser empresário, sabe? É... Cê tem de pensar a coisa... Empresarialmente. (edição geral)

Outra forma de não se assumir editor observada era a diferenciação entre edição e editoração, entre edição e produção e entre participar dos processos de publicação do livro e ser o editor deles:

Mediação: Mas o processo de publicação em si, no sentido de todas as etapas que vocês passam, da ideia até ter essa materialidade, essa coisa física nas mãos, vocês não consideram isso um processo de edição que vocês fazem?

Ana Marta Coutinho: É, é sim. Eu chamo de editoração. (edição da imagem)

Alguns publicadores lançaram mão do termo *curadoria* para explicar que não são editores. O uso do termo foi espontâneo nos dois grupos, sem menções a ele por parte da mediação. No grupo de edição da imagem, esse enquadramento foi defendido por dois publicadores. Para Ana Marta Coutinho, se a publicação for de *arte*, o termo correto é *curadoria*, não *edição*: *Se for essa coisa da arte, da obra de arte, acho que o curador substitui um pouco esse papel do editor. Já nas conversas dos grupos de edição geral e textual, a curadoria foi considerada uma etapa do processo de publicação: a seleção do material.*

João Perdigão: É. E meu trabalho como editor também tem uma coisa que eu não falei, que... [...] No meu caso, tem a ver com a curadoria de arte mesmo. Você escolher, eleger coisas pra elas terem ali uma... Uma narrativa, né. Criar uma dinâmica ali pra coisa funcionar bem, e você escolher, dentro do que cê tem o que for melhor, pra tá pronto no papel, pras pessoas folhearem aquilo de um jeito mais prazeroso possível. (edição geral)

Sem ter a pretensão de entrar na definição teórica da curadoria, podemos observar que as próprias atividades que são apontadas pelos publicadores como sendo parte de uma curadoria são também consideradas tarefas do editor. A seleção do material, como aponta Ana Marta Coutinho, é uma das tarefas do editor, segundo Flusser:

O editor, cuja tarefa é encontrar o caminho para a impressão da maior parte dos textos, é como uma tela de impressão que se encontra imersa na corrente de textos. A enorme torrente de textos impressos em que estamos imersos hoje em dia nada mais é

do que a ponta de um iceberg constituído por textos cortados, de textos que não conseguiram impor-se a essa tela de impressão (FLUSSER, 2010, p. 54).

Além disso, a dinâmica textual de Gutenberg, como é descrita por Flusser (2010), também dá conta da tarefa de criar uma narrativa, uma dinâmica para que a revista de João Perdigão seja lida pelo leitor:

Em textos escritos, escritor e editor tramam para informar o leitor e para deixar-lhe uma impressão. Primeiro, a expressão do escritor; depois, a contrapressão do editor; em seguida, a impressão da gráfica; por último, a impressão sobre o leitor. Essa é a dinâmica textual de Gutenberg (FLUSSER, 2010, p. 55).

O que vemos não é, necessariamente, publicadores agindo como curadores em vez de editores, mas um desconhecimento sobre a figura e a tarefa do editor. Ainda assim, apesar da negativa inicial, a questão da identificação com a figura do editor virou um debate acalorado, dominando grande parte do tempo de discussão em todos os grupos focais. A impressão foi a de que aquela era a primeira vez que esses publicadores, que praticam edição com certa frequência, consideravam se seriam ou não editores, a exemplo do diálogo abaixo.

Samuel Wenceslau: Eu não sei se consigo entender o que vocês estão tentando conectar como editor, não sei se meu pensamento é muito romântico, mas eu me considero, sim. [...] Meu trabalho tem uma necessidade muito [grande] de catalogação, de encaixar, de pensar, de ajustar, de combinar. Em todo o processo que você falou, da escolha da imagem, tratamento, toda a questão gráfica, tipográfica. Eu acho que sim. Não sei até se ofendo essa coisa do profissional editor.

Ana Marta Coutinho: Eu, por exemplo, [...] vejo você mais curador do que editor.

Eduardo de Lapouble: É, eu só consigo ver como processo de curadoria do próprio trabalho, igual ela falou. [...] Eu não faço uma publicação, publicação. Faço uns cadernos, são cadernos todos diferentes um do outro. Existe uma curadoria do que tipo de material eu estou colocando ali. E eu acho que isso é igual para todo mundo.

Samuel Wenceslau: Mas eu acho que a curadoria, pelo menos na minha cabeça, é de uma coisa que já está pronta. Pelo menos no meu caso, eu também estou construindo no momento em que estou editando. É meu modo de ver. Existe sim uma curadoria, mas ela está implícita no processo todo. Além de ela ser uma curadoria, ela também é uma curadoria que está construindo. Ela não é uma curadoria externa que tá chegando ali com algo que já está pronto e está apenas selecionando, entendeu?

Gustavo Machado: Você tem uma curadoria de material e uma edição de material. (edição da imagem)

No grupo focal de edição do texto também houve discussão acalorada sobre o que seria edição, e qual seria a atividade que determina, sem sombra de dúvidas, que a pessoa é editora.

Diogo da Costa Rufatto: Já fiz várias revisões em livros que estão publicados, trabalhei numa época numa editora de livros infantis [...] como revisor, como tradutor, mas eu não era essa figura do editor, de capitanear os textos, de pensar no todo do livro. Eu participava dessa etapa da tradução, da revisão, do texto. Eu ainda não me considero editor, mas é o que um dia eu quero fazer na edição de livros. Máximo eu acho que já fiz é revisão e preparação de texto. [...] Talvez também a questão de ler textos de amigos e dar pitacos, que se aproxime mais do processo da editoração, de edição do texto.

Mediação: Faz tudo que um editor faz, mas não é um editor.

Diogo da Costa Rufatto: Mas eu não consigo me considerar, eu nunca peguei um projeto para ser um editor.

Poliana Guimarães: O que é um editor? O que seria? Qual é esse conceito, então? Vamos definir isso, né? O que que é um editor? O que que é o escritor, o que que é o ilustrador, o que que é um gráfico e o que que é um editor? É tudo a mesma coisa ou um editor tem um papel diferente nesse contexto geral?

Diogo da Costa Rufatto: Acho que não [é a mesma coisa]. Eu acho, por exemplo, que a Laetitia é uma editora da revista Ñ, porque foi uma iniciativa dela e da Luciana Abdo. Elas foram atrás, mandaram um e-mail para as pessoas e eu recebi esse e-mail. Olha estamos fazendo essa revista. As pessoas enviaram um texto e elas fizeram uma seleção, separaram. A Laetitia mesmo diagramou, mas ela poderia ter contratado outra pessoa para diagramar.

Poliana Guimarães: E ainda assim continuaria a ser editora.

Diogo da Costa Rufatto: Sim, porque ela teria feito essa coordenação.

Poliana Guimarães: Curadoria dos textos.

Mediação: Então é um cargo de liderança. O editor é o líder do processo.

Iago Passos: Coordenação...

Diogo da Costa Rufatto: Eu acho que é.. é quem meio que organiza o processo.

Gabriela Estanislau: Então sou editora, sim. (edição do texto)

Além das questões apresentadas, surgiram outras em relação ao editor nos grupos de edição imagética e verbal que devem ser citadas. Para o grupo da edição da imagem, a figura do editor foi muito relacionada a regulações e ao registro da publicação na Biblioteca Nacional, o ISBN. O fotógrafo Guilherme Bergamini coloca sua visão do editor ao lado do registro: ÑEu gosto de colocar numeração em cima da Biblioteca Nacional, você tem que pagar uma taxa de editor. Você tem que pagar 250 [reais] para falar que é editorò. Entre os publicadores de texto verbal, houve debate se o direito ao nome de editor está relacionado à quantidade de obras editadas e se a atividade é o ganha-pão do publicador, hipótese que foi rapidamente descartada por Maraíza Labanca: ÑÉ, se a gente está falando de editoras independentes é muito difícil mesmo viver só disso. É igual escritor, ninguém é só escritorò.

No grupo de edição geral, houve uma confusa discussão sobre as diferenças entre editar o livro como objeto e ser editor no universo do livro. Na realidade, o que os editores pareciam tentar diferenciar sem conseguir alcançar um nível de clareza era o trabalho do editor como aquele que faz contrapressão ao texto, como foi apontado por Flusser (2010), e o trabalho do editor como aquele que situa o livro ao campo, como é descrito por Bourdieu (1996). Para eles, há uma dificuldade em saber qual das duas atividades é a verdadeira tarefa do editor e se o editor bourdiano é, de fato, um editor ou seria somente um empresário.

De forma geral, o assunto foi discutido com entusiasmo pelos participantes. Com o debate, muitos que não se consideravam editores passaram a avaliar a possibilidade e outros defenderam que editor é outra pessoa, não eles, que publica obras e as leva para a feira. Esse distanciamento dos autores-editores com o termo editor nos parece apontar para uma valorização do trabalho do editor, que, apesar de ser recente, consolidado apenas no século XIX, é protegido pelo manto de sacralidade próprio da literatura, deixando de fora pessoas cujas práticas editoriais se diferem do editor-impressor e do editor-livreiro somente na publicação de um material de sua própria criação. A característica mais marcante das discussões é a enorme insegurança sobre quem é o editor, quem pode ser o editor, o que faz o editor e qual é a diferença entre o trabalho do editor e do curador.

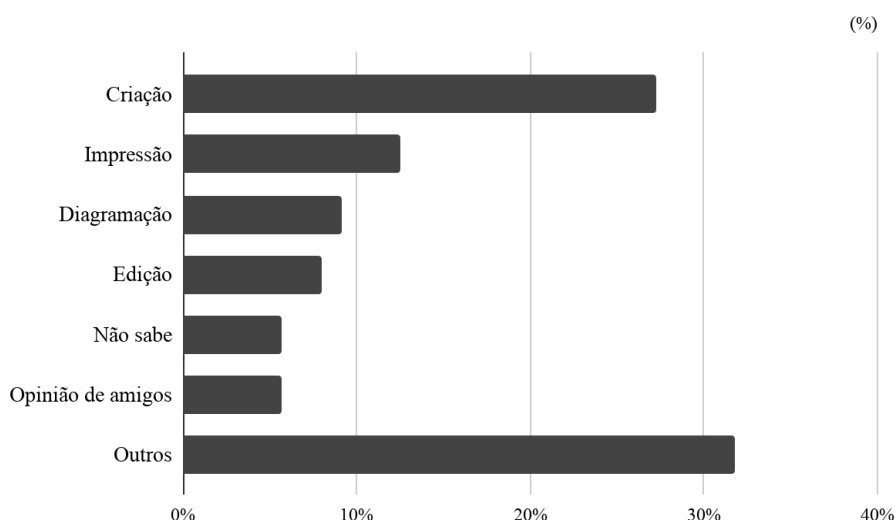
5.5 Processos editoriais: criação e edição

Além da identificação dos publicadores das feiras com a figura do editor, a questão dos processos editoriais de fato praticados foi um dos motores desta pesquisa. Entre as perguntas que propomos no pré-projeto estão: Sem o conhecimento acadêmico e a experiência que tem o profissional de edição, quais são as prioridades elencadas pelo autor-editor? Como ele as escolhe? De onde começa seu processo e quando determinar que ele foi completado?

A primeira tentativa de responder parcialmente a esses questionamentos foi feita nos questionários aplicados na Faísca e na Textura. Em 18 de novembro de 2017, o questionário foi aplicado a 62 expositores presentes na Faísca. À pergunta “Durante a publicação, quais processos você considerou serem essenciais?” foram registradas 55 respostas¹⁰⁴.

¹⁰⁴Algumas respostas mencionam mais de um tipo de processo. Todos foram registrados.

**Gráfico 5: Durante a publicação, quais processos você considerou serem essenciais?
(Faísca)**



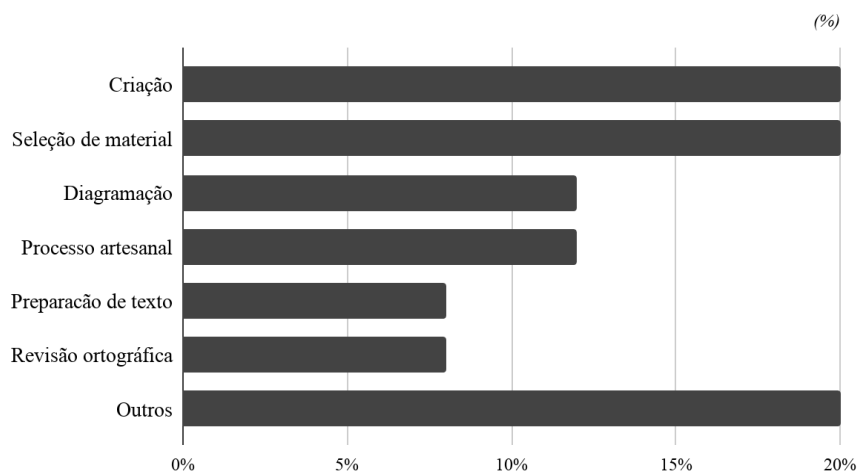
Fonte: Elaborado pela autora.

O processo mais citado durante a publicação foi a criação (27,3%), seguido de impressão (12,5%), diagramação (9,1%), edição (8%) e opinião dos amigos (5,7%). Na seção Outros, estão incluídos detalhes do processo artesanal (4,5%), digitalização ou tratamento da imagem (4,5%), seleção do material (3,4%), reflexão sobre o mercado (3,4%), processo imaterial¹⁰⁵ (3,4%), encadernação e acabamento (3,4%), formato (3,4%), pesquisa de preço com fornecedores (1%), revisão ortográfica (1%), divulgação (1%), publicação online (1%) e trabalho em equipe (1%).

Em 16 de dezembro de 2017, foi aplicado o mesmo questionário na feira Textura. Foram registradas 16 respostas à pergunta. Assim como ocorreu nos resultados do questionário da Faísca, o processo mais citado como essencial durante a publicação foi a criação (20%), mencionado o mesmo número de vezes que seleção de material (20%). Em seguida, diagramação (12%), questões do processo artesanal (12%), preparação de texto (8%), revisão (8%). Em Outros, estão: impressão, não cair em estereótipos, reflexão sobre o mercado, divulgação e criatividade, sendo citados uma vez cada um (4%).

¹⁰⁵ Entre os processos imateriais, estão ñtempo, paciência e dedicação e ñcheguei aonde queriaò.

Gráfico 6: Durante a publicação, quais processos você considerou serem essenciais?
(Textura)



Fonte: Elaborado pela autora.

A criação é, de fato, processo essencial para a publicação. Sem o material da criação não há o que publicar. Boa parte dos entrevistados, no entanto, citou a criação como único processo essencial. Entre esse tipo de respostas estavam: “Desenho, escrita”, “a criação em si”, “criação do material”, “processo do bordado”, “produção do trabalho”. Entendendo que, além da criação, ocorreram outros processos editoriais que simplesmente não foram citados, e que o momento de aplicação do questionário, durante uma feira, não era propício para reflexões, optamos por aprofundar a investigação fazendo grupos focais sobre o tema.

Nos grupos focais, propomos a seguinte questão: “Vocês veem esses trabalhos, de criação e de edição, como coisas completamente separadas?”. As respostas foram diversas, cada um enxergando a situação de uma forma diferente. A posição mais comum foi a de observar que os dois processos ocorrem de forma integrada, com a criação se estendendo até publicação e a edição condicionando a criação.

Gustavo Machado: Já vou criando pensando como uma trajetória mesmo. Finalizo no momento que imprimir aquilo.... Então eu encaro como um processo só, assim, não separo isso. Porque normalmente todos esses trabalhos eu já faço com possibilidade ou de imprimir, mesmo se não vão para uma feira

Érico Ricardo: Ao mesmo tempo que a gente vai desenhando a gente [fala:] “Vamos fazer isso ali de tal forma, vamos imprimir isso de tal forma”. Então o processo é meio encavalado do bem, sabe? (edição da imagem)

O mesmo é observado no grupo de edição do texto:

Iago Passos: [...] Para mim influencia tudo. Autoria. Para mim é uma escrita também a edição. A minha autoedição é uma escrita também.

Laetitia Valadares: Aí faz sentido. Na hora de escrever, na hora de colocar no papel visualmente, você está meio que reescrevendo de certa forma. (edição do texto)

E no grupo de edição geral:

Rebeca Prado: Eu acho engraçado porque eu venho de outro lugar, né? Eu venho da publicação onde eu sou a minha própria editora. Fiz dois projetos no Catarse e edição pra mim começa no momento em que eu tenho coragem de pôr aquilo no mundo. Assim, ela não é o processo. A partir do momento que eu falo ~~eu~~ quero fazer um livro assim, já tô editando. Então, enquanto eu desenho, eu já tô pensando no formato que vai ter e na fonte que eu vou usar e em como que eu vou imprimir. E aí eu escaneio, e aí eu monto, e aí, a minha edição ela começa... é um processo quase que interno, assim, de honestidade com o meu trabalho. (edição geral)

Até mesmo entre os participantes do grupo de edição geral que não se autopublicam, ficou claro que não há uma separação total entre criação e edição. Para eles, como o editor acumula muitos cargos dentro do processo de uma editora independente, decisões de publicação influenciam o texto e decisões de criação mudam o projeto editorial. Para eles, o mesmo não aconteceria em uma editora de grande porte.

Em alguns casos, a questão era uma dúvida se a intervenção dos aspectos técnicos da publicação na criação consistiria na integração dos processos.

Ana Marta Coutinho: Tem umas questões que são muito técnicas. Então, por exemplo, você faz um trabalho, uma publicação, você vai circular ela digitalmente, aí vamos que depois você tem a possibilidade de imprimir. Se você não trabalhou tudo aquilo com as características do mundo impresso, resolução, essa coisa das cores, então isso aí não serve para o meio impresso. [...] o primeiro passo seria isso. Para onde vai essa publicação, em que meio ela vai ser divulgada? Ah, nós vamos fazer ela digital, depois vamos fazer ela impressa? Então, aí tem todo um pensamento anterior e um preparo da estrutura da arte, né? (edição da imagem)

E somente uma pessoa dos dois grupos colocou de forma categórica que pratica os processos necessariamente separados:

Alexandre Júnior: [...] cada projeto é um. Pelas falas de vocês, eu penso que, assim, quando vocês vão desenhar, vocês já estão pensando se vai ser um pôster, um postal. Já eu, nenhuma das minhas publicações foi pensada para ser publicação. São, como eu falei, edições de coisas que eu estava fazendo, aí tem essa diferença do processo artístico, que foi um, e, sei lá, um ano depois, eu estava fazendo uma publicação dele e aí eu vejo diferença clara. (edição da imagem)

Ao contrário da questão da figura do autor, os autores-editores convidados aos grupos focais não mudaram de posição ao longo do debate. Enquanto o conceito do editor era algo distante do fazer diário desses publicadores, os processos de criação e de edição são muito próximos e cada um se colocou de forma categórica. Ainda assim, é válida a observação de

que, quando há integração entre os processos, a edição está a serviço da criação. Se a criação se estende até a publicação, é porque houve oportunidade. A mente do autor estava presente para observar uma chance de melhorar sua criação. Se a edição se impõe nos primeiros momentos da criação, é por necessidade. A mente do editor visualizou um problema futuro e o resolve de antemão. São dinâmicas que se sobrepõem constantemente. Quando deixamos de observá-las a partir das posições fixas nas quais elas foram concebidas e nomeadas, é possível enxergar com maior clareza que não são formas fixas, mas processos ou fluxos, distinguíveis somente pela intenção da ação que os faz.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Belo Horizonte está vivendo um momento de efervescência na cena de feiras de publicações independentes. A partir de 2010, quando *A Zica* foi lançada na Vendendo Peixe, a capital mineira tem sido ponto de encontro de pessoas que publicam livros literários, quadrinhos, fanzines, pôsteres, cartões-postais, ímãs, adesivos e outras obras impressas. É isso que devemos focar ao falarmos de feiras de publicações: ponto de encontro. Apesar de levar o mercadológico nome de *feira*, esses locais não são caracterizados pelo grande número de vendas ou pela importância do capital financeiro nas transações. Pelo contrário. As feiras Faísca e Textura, objetos desta pesquisa, são oportunidades de autores-editores e publicadores entrarem em contato uns com os outros. Há público presente, mas não é o leitor o personagem principal desses encontros. Nesta pesquisa, inclusive, nem mesmo a publicação foi protagonista, lugar reservado ao publicador. É possível que resultados diferentes sejam encontrados em pesquisas que priorizem a publicação.

Ao longo da investigação em campo, a questão do dinheiro, do faturamento e do lucro era tema constante entre os organizadores das feiras e entre os expositores. Para todos eles, há uma circulação insuficiente de capital financeiro nesses encontros. Eles entendem que é preciso atrair mais leitores dispostos a comprar seus produtos. Mas ao longo da nossa pesquisa, ficou claro que poucos dos expositores estão ali pela recompensa financeira. Eles estão ali para dar vazão a um trabalho autoral que terá poucas chances de distribuição fora da feira. Eles estão ali para encontrar leitores interessados nos temas que os moveram a criar. Eles estão ali para conhecer e serem conhecidos por outros autores e editores.

É a partir da análise desses encontros que outros pontos importantes podem ser discutidos. A começar pela própria dificuldade da distribuição. Isso não é único ao circuito independente. Todo o mercado editorial brasileiro relata a divulgação e a distribuição como problemas que parecem ser intransponíveis. Ao longo desta pesquisa, fica claro que a feira não resolve a questão da distribuição de forma satisfatória. Ou seja, o problema segue aberto, sendo necessários que novos caminhos sejam apontados por estudos acadêmicos ou pelo próprio mercado. Ainda nesta questão, podemos apontar, também, que, como ponto de encontro, as feiras ainda são muito voltadas para as vendas. Com cada expositor preso à sua banca, as conversas em si não são facilitadas. Seria interessante observar o que aconteceria se fossem criados mecanismos que colocassem esses expositores em contato uns com os outros, potencializando o que esses encontros têm de mais relevante.

Outra questão que podemos observar é a não identificação do autor-editor com a figura do editor. Todos os participantes dos grupos focais praticam a edição. Nenhum deles se declarou editor sem ressalvas. Isso mostra que esses expositores se enxergam fora do campo editorial. Muitos preferem, inclusive, a identificação com a figura do curador. Isso pode apontar para uma estagnação do campo editorial, que não parece possuir canais que legitimam novos agentes, deixando-os confortáveis em se declarar editores. Serão necessários outros estudos para compreender melhor essa complexa situação.

A continuidade do processo de criação no processo de publicação também é ponto que merece mais atenção. Nem todos os autores-editores observaram esse fenômeno, mas a maior parte deixou claro que criar e editar não são processos facilmente distinguíveis quando feitos pela mesma pessoa. Considerando o crescente número de autores-editores no Brasil, alavancado pela facilidade de acesso aos meios de impressão e ao ambiente digital, essa questão ganha relevância. Uma mudança tão radical no fazer editorial poderia ter consequências profundas no campo. Esses são pontos que consideramos merecer pesquisas mais aprofundadas. Com isso em mente, propusemos uma pesquisa de doutorado em torno dessas duas questões, da não identificação do autor autopublicado como editor e da continuidade do processo de criação durante a publicação.

Enfim, as feiras de publicações independentes de Belo Horizonte são locais privilegiados para compreender o recorte do campo editorial que se identifica com o termo *independente*, que tem tantos significados que acaba por tornar-se vago. No imaginário popular, vira sinônimo de um modo de fazer que envolve controle total do processo. Entre esses publicadores, parece haver certa pressa em declarar-se independente no sentido de *ímpuro*, livre da influência alheia, principalmente quando esse alheio representa, aos olhos de quem chega, uma posição consolidada de poder, dinheiro e tradição. No entanto, o independente que observamos não é simplesmente um fazer sozinho, sem influências externas. Ainda incipiente, há uma rede que conecta os produtores. O resultado é um ganho de alcance, de venda e de parceiros. É possível fazer arte autônoma sem se apegar ao significado mais literal do independente, o fazer tudo sozinho. Assim como é possível fazer produtos que seguem uma lógica capitalista e escrever *independente* na embalagem. Em vez do imperial *independência* ou morte, a produção dita independente poderia investir seus esforços num marxista *uni-vos*.

REFERÊNCIAS

ADAMS, Thomas R.; BARKER, Nicholas. A new model for the study of the book. IN: BARKER, Nicholas. *A Potencie of Life: books in society*. Londres: British Library, 1993 apud DARNTON, Robert. *What is the history of books? Revisited*. Modern Intellectual History, 2007. p. 495-508.

AMARAL, Joubert Caetano. *A literatura em festa: eventos literários brasileiros e o caso Flipoços*. 2017. Dissertação. (Mestrado em Estudos de Linguagens) -- Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Centro de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

ARAÚJO, Pablo Guimarães de. *Uma tecnologia na mão e uma ideia na cabeça: pequenas editoras, autores independentes e novas possibilidades de publicação de livros*. 2013. 127f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) -- Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

ARAÚJO, Pablo Guimarães de. Edições independentes e práticas editoriais: novas possibilidades de publicação do impresso ao digital. *Intercom* -- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Recife, 2011. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2032-1.pdf>> Acesso em 17 de agosto de 2018.

AUGUSTO, Edyr. Além do Pará, Cidade Proibida. *Suplemento Literário de Minas Gerais*. Novembro/ Dezembro de 2014. p.3-5. Disponível em <<http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento-litelario/edicoes-suplemento-literarios/2014-1/103--96/file>> Acesso em 10 de novembro de 2017. Entrevista cedida a Marcelo Miranda.

BARBOSA, Daniel. Zine Mutante ð Encontro das Culturas Independentes. *O Tempo, Magazine*, 15 de junho de 1997a. P. 12

BARBOSA, Daniel. TV ganha programa voltado para a realidade dos negros. *O Tempo, Magazine*, 24 de dezembro de 1997b. P. 3

BARTHES, Roland. A morte do autor. In: *O rumor da língua*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 57-64.

BELO HORIZONTE. Lei Municipal de Incentivo à Cultura (LMIC). *Prefeitura de Belo Horizonte*, agosto de 2018. Disponível em <<https://prefeitura.pbh.gov.br/cultura/lei-municipal-de-incentivo-cultura-lmic>> Acesso em 29 de agosto de 2018.

BELO HORIZONTE. Resultado edital 2015: Lei Municipal de Incentivo à Cultura 2015. *BH faz cultura*, 2015. Disponível em <www.bhfazcultura.pbh.gov.br/sites/bhfazcultura.pbh.gov.br/files/downloads/res_edital_2015.pdf> Acesso em 4 de setembro de 2018.

BOURDIEU, Pierre. O campo econômico. IN: *Política e sociedade: revista de sociologia política*. Florianópolis: UFSC, v.4. N. 6, 2005. p. 15-58.

BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico*. Tradução Denice Barbara Catani, São Paulo: Editora Unesp, 2004. 86 p.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Trad. Maria Lucia Machado. 2ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. 432p.

BRAGANÇA, Aníbal. Uma introdução à história editorial brasileira. In: *Cultura, Revista de História e Teoria das Ideias*, Vol. XIV, II série, 2002, Centro de História da Cultura da Universidade Nova de Lisboa (Portugal), p. 57-83.

BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor: notas para sua história. Porto Alegre: *Em Questão*, jul./dez. 2005. P.219-237

BRASIL. Lei Nº 7.505, 2 de julho de 1986. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7505.htm>. Acesso em: 3 de agosto de 2018.

BRASIL. Lei Nº 10.753, 30 de outubro de 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.753.htm> Acesso em: 3 de agosto de 2018.

CAC, Paulo. As menores revistas literárias brasileiras. *Suplemento Literário de Minas Gerais*, Maio 2011. Disponível em <<http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento-litelario/edicoes-suplemento-literarios/edicoes-especiais-1/85--85/file>> Acesso em 10 de novembro de 2017.

CANDIDO, Antonio. Introdução. *Formação da literatura brasileira: momentos decisivos*. 6 ed. Belo Horizonte. Itatiaia, 2000. p. 23-42.

CHARÃO, Cristina; COSTA, Henrique. A economia do livro: tiragens aumentam, mas há gargalos importantes. *Desafios do desenvolvimento*, 2013. Ano 10, edição 76. Disponível em <www.desafios.ipea.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2912:catid=28&Itemid=23> Acesso em 24 de setembro de 2018.

CHARTIER, Roger. Figuras do autor. In: *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVII*. Trad. Mary Del Priore. Brasília: UnB, 1998a. 111p.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador* ï conversações com Jean Lebrun. Trad. Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: UNESP, 1998b. 160 p.

CRENI, Gisela. *Editores artesanais brasileiros*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013. 159p.

DARNTON, Robert. *What is the history of books?* Daedalus. Volume 111, Número 3, Representations and Realities (Summer, 1982), pp. 65-83

DARNTON, Robert. *What is the history of books?* Revisited. *Modern Intellectual History*, 2007. p. 495-508.

DARNTON, Robert. *Boemia literária e revolução: o submundo das Letras no Antigo Regime*. Tradução Luís Carlos Borges. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. 272p.

DENISE, Flávia. Primor gráfico. *O Tempo*, ñMagazineò, 2 de outubro de 2017. p. 2. Disponível em <<https://www.otempo.com.br/opinião/flávia-denise/primor-gráfico-1.1526505>> Acesso em 2 de outubro de 2018.

DENISE, Flávia. Publicações independentes ganham sede. *O Tempo*, ñMagazineò, 20 de novembro de 2017. p. 2. Disponível em

<<https://www.otempo.com.br/opini%C3%A3o/fl%C3%A1via-denise/publica%C3%A7%C3%B5es-independentes-ganham-sede-1.1544260>> Acesso em 2 de outubro de 2018.

DIA DE FEIRA. *A gente adora uma feira!* 10 de abril de 2016. Disponível em <www.diadefeira.online/fazendo-a-feira/a-gente-adora-uma-feira> Acesso em 2 de outubro de 2018.

FAÍSCA. Manual de Inscrições da Faísca. Agosto de 2017. 29p.

FEBVRE, Lucien; MARTIN, Henry-Jean. O aparecimento do livro. Trad. de Fulvia M. L. Moretto e Guacira Marcondes Machado. S.Paulo: Hucitec; Unesp, 1992 apud BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor: notas para sua história. Porto Alegre: *Em Questão*, jul./dez. 2005. p.219-237

FISCHER, Luis Augusto. De frente para o mar, de costas pro Brasil. *Suplemento Literário de Minas Gerais* Março/ Abril de 2015. Disponível em <<http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento-litelario/edicoes-suplemento-literarios/2015-1/42--42/file>>. Acesso em 10 de novembro de 2017. Entrevista concedida a João Pombo Barile.

FISCHER, Steven Roger. *História da Leitura*. Trad. Cláudia Freire. São Paulo: Unesp, 2006.

FLUSSER, Vilém. *A escrita: Há futuro para a escrita?* Trad. Murilo Jardelino da Costa. São Paulo: Annablume, 2010. 180 p.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor. In: *Estética: Literatura e Pintura, música e cinema*. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p.264- 298.

GABRIEL, Ruan de Sousa; SCRIVANO, Roberta. *Como editoras e livrarias independentes buscam se reinventar em meio à crise mais dramática do mercado editorial*. Disponível em <https://epoca.globo.com/como-editoras-livrarias-independentes-buscam-se-reinventar-em-meio-crise-mais-dramatica-do-mercado-editorial-22929251#ixzz5NFBZUfos_stest> Acesso em 4 de agosto de 2018.

GINNA, Peter (org.). *What Editors Do*. Chicago: The University of Chicago Press, 2017. P.1-16. 310p.

JIMENEZ, Carla. Brasil mergulha na austeridade com ajuste de 70 bilhões de reais. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/22/politica/1432308993_787049.html> Acesso em 4 de agosto de 2018.

KAMELÔ GRÁFICO. Descrição da iniciativa. Facebook, 3 de janeiro de 2013. Disponível em <https://www.facebook.com/Kamel%C3%B4-Gr%C3%A1fico-145140348972985/?fb_dtsg_ag=Adz0dFfDO0f-nM2cEftgigWNggArKRHCOXvMoRI1oHCmA%3AAAdwqqja-W_9cuOzyb7RAWp02Ljzk28yOWyYMdvbjJ8BPMw> Acesso em 11 de setembro de 2018.

KIND, Luciana. Notas para o trabalho com a técnica de grupos focais. *Psicologia em Revista: Belo Horizonte*, v.10, n.15, jun. 2004. p. 124-136.

LIBRE. *Prêmio Libre pela bibliodiversidade*. Disponível em <<http://libre.org.br/premio/>> Acesso em 4 de agosto de 2018.

LINDOSO, Felipe José. Feiras de livros, indústria editorial, fomento à leitura e profissionalização de autores. *Conexões Itaú Cultural*, 2013. Disponível em <http://conexoesitaucultural.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Felipe-Lindoso_Feiras-de-Livros.pdf> Acesso em: 3 de agosto de 2018.

LÓPEZ WINNE, Hernán; MALUMIÁN, Víctor. *Independientes, ¿de qué?: Hablan los editores de América Latina*. México: FCE, 2016. 159 p.

MATARELLI, Juliane, Panorama da edição de livros em Minas Gerais: de 1806 aos dias atuais. In: MATARELLI, Juliane, QUEIROZ, Sônia. *Editoras mineiras: panorama histórico* - v. 1 ï 2a edição revisada. Belo Horizonte: Viva Voz, 2011. P.5-25

MILTON, John. A importância de fatores econômicos na publicação de traduções: um exemplo do Brasil. *TradTerm*, São Paulo, n.17, p.85-100, 2010. Disponível em: <<http://revistas.usp.br/tradterm/article/view/40284>> Acesso em: 3 de agosto de 2018.

MOISÉS, Carlos Felipe. A poesia brasileira hoje. *Suplemento Literário de Minas Gerais*. Maio/ Junho 2013. Disponível em <<http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento-litelario/edicoes-suplemento-literarios/2013-1/30--30/file>> Acesso em 10 de novembro de 2017.

MONT'ALVERNE, Rosana. Uma batalhadora das letras. *O Tempo*, Magazine, 20 de dezembro de 2015. p. 5. Entrevista concedida a Lucas Simões.

MUNIZ JR., José de Souza. *É dia de feira a cena dos microeditores na cidade de São Paulo*. Intercom, Curitiba, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2659-1.pdf>> Acesso em 17 de agosto de 2018.

MUNIZ JR., José de Souza. *Girafas e bonsais: editores independentes na Argentina e no Brasil (1991-2015)*. 2016. Tese (Doutorado em Sociologia) ï Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

NETO, Leonardo. 2016 e o desafio de manter eventos literários de pé. *Publish News*. Disponível em <<http://www.publishnews.com.br/materias/2016/12/21/2016-e-o-desafio-de-manter-eventos-literarios-de-pe>> Acesso em 4 de agosto de 2018.

OLIVEIRA, Alice Bicalho de. A Independência é um modo de produção. *Em Tese*: Belo Horizonte. v. 22 n. 3 set.-dez. 2016. p. 78-89.

O Tempo. Encontro reúne produção independente. *O Tempo*, Magazine, 14 de junho de 2014. P.3

PERDIGÃO, João. *Vendendo peixe ï repercussão*. Disponível em <<http://urubois.org/vendendopeixe/>> Acesso em 17 de agosto de 2018.

PIRES, Pablo. Bienal discute as edições independentes. *O Tempo*, Magazine, 25 de outubro de 1997. P. 3

POLITO, Ronald. Guilherme Mansur e seu lastro de chumbo: notas para uma história editorial. In: SANTIAGO SOBRINHO, João Batista; ROSA, Mário Alex; BARBOSA, Rogério; MOREIRA, Wagner (org.). *Tipografia & poesia*. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2016. 80p.

RABASA, Magalí. *El libro en movimiento*: apuntes sobre la vida de un medio autónomo. Canadá: Changing Suns Press, 2016. 60p.

RIBEIRO, Ana Elisa. *Em busca do texto perfeito*: questões contemporâneas de edição, preparação e revisão textual. 1 ed. Divinópolis, MG: Artigo A, 2016. 136p.

RIBEIRO, Ana Elisa. Autor, editor e livro literário: cenas contemporâneas das tecnologias do livro. IN: 56º Congresso Internacional de Americanistas, Salamanca, ES. 15 a 20 julho, 2018.

RIBEIRO, Ana Elisa. Desafios da edição de livros e revista: uma entrevista com Ana Elisa Ribeiro. *Câmara Mineira do Livro*: Belo Horizonte, 23 de agosto de 2018. Disponível em <<http://camaramineiradolivro.com.br/noticias/desafios-da-edicao-de-livros-e-revista-uma-entrevista-com-ana-elisa-ribeiro/>> Acesso em 4 de setembro.

ROCHA, Ana. Feiras de publicação independente: mais que iniciativas de comercialização, as feiras possibilitam potentes intercâmbios entre autores e público. *Acrobata*, v.7, 2017. p. 8-12. Disponível em <<https://polvilhoedicoes.com/2017/11/02/revista-acrobata/>> Acesso em 17 de agosto de 2018.

ROCHA, Gustavo. Quase um Escambo Literário. *O Tempo*, Magazine, 22 de junho de 2014. p. 3.

RODRIGUES, Maria Fernanda. Flip 2018 anuncia programação, com destaques e novidades para esse ano. *Estado de S. Paulo*, 05/06/2018. Disponível em <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,flip-2018-anuncia-programacao,70002338151>> Acesso em 4 de agosto de 2018.

SAHUQUILLO, María S.; MARS, Amanda. Æu tambémô reforça revolução das mulheres que responsabiliza o assediador, e não mais a vítima. *El País*, Madri/Washington, 24 de dezembro de 2017. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/23/internacional/1514057371_076739.html> Acesso em 4 de setembro

SANTÔANNA, Affonso Romano de. 50 anos de poesia e/ ou as ilusões perdidas. *Suplemento Literário* de Novembro/Dezembro de 2013. Disponível em <<http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento-litelario/edicoes-suplemento-literarios/2013-1/32--32/file>> Acesso em 10 de novembro de 2017.

SILVEIRA, Daniel. Brasil tem mais de 207 milhões de habitantes, segundo IBGE. *G1*, Economia, 30 de agosto de 2017. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-tem-mais-de-207-milhoes-de-habitantes-segundo-ibge.ghtml>> Acesso em 2 de outubro de 2018.

SILVESTRE, Neomisia e PRADO, Michele. Dos Quadrinhos: Adaptadas para as telas do cinema, as HQs surgiram ao longo da história da humanidade com potencial maior do que simples entretenimento e diversão. *Suplemento Literário de Minas Gerais*. Maio/ Junho 2012. Disponível em <<http://www.bibliotecapublica.mg.gov.br/index.php/pt-br/suplemento->

litelario/edicoes-suplemento-literarios/2012-1/24--24/file> Acesso em 10 de novembro de 2017.

SIMÕES, Lucas. Literatura e arte independente em circuito próprio. *O Tempo*, Magazine, 11 de outubro de 2015. p. 6-7.

SIQUARA, Carlos Andrei. O manual aliado ao tecnológico. *O Tempo*, Magazine, 25 de janeiro de 2015. p. 6-7.

SORÁ, Gustavo. El mundo como feria: In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt. *Comunicación y medios*, n. 27 (2013). Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. P.102-128.

STODDARD, Roger E. Morphology and the book from an American perspective. *Printing History*, n. 17 (1987). Rochester (NY): Rochester Institute of Technology. p.2-14 apud CHARTIER, Roger. Figuras do autor. In: *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVII*. Trad. Mary Del Priore. Brasília: UnB, 1998. 111p.

SZPILBARG, Daniela. La edición como artesanal. *No retornable*. s/d Disponível em <<http://www.no-retornable.com.ar/v7/dossier/szpilbarg.html>>. Acesso em 3 de novembro de 2017

SZPILBARG, Daniela; SAFERSTEIN, Ezequiel A. El espacio editorial ñindependienteò: heterogeneidad, posicionamientos y debates: Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010. *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 31 de outubro, 1º e 2 de novembro de 2012, La Plata, Argentina. Disponível em: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1955/ev.1955.pdf>. Acesso em 3 de novembro de 2017.

THOMPSON, John B. Introdução. In: THOMPSON, John B. *Mercadores de cultura: O mercado editorial no século XXI*. São Paulo: UNESP, 2013. P. 7-31.

VANOLI, Hernán; SAFERSTEIN, Ezequiel. Cultura literaria e industria editorial. Desencuentros, convergencias y preguntas alrededor de la escena de las pequeñas editoriales. IN: RUBINICH, Lucas; MIGUEL (org.), *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires ñ 2001-2010*, Buenos Aires: Aurelia Rivera, 2011 apud SZPILBARG, Daniela; SAFERSTEIN, Ezequiel A. El espacio editorial ñindependienteò: heterogeneidad, posicionamientos y debates: Hacia una tipología de las editoriales en el período 1998-2010. *Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición*, 31 de outubro, 1º e 2 de novembro de 2012, La Plata, Argentina. Disponível em: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1955/ev.1955.pdf>. Acesso em 3 de novembro de 2017.

VIEIRA, Isabela. Corte de compras do governo afeta mercado editorial, constata pesquisa. *EBC*, 03/06/2015. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/noticias/economia/2015/06/corte-de-compras-do-governo-afeta-mercado-editorial-constata-pesquisa>> Acesso em 4 de agosto de 2018.

WITTMANN, Reinhard. Existe uma revolução da leitura no final do século XVIII? IN: CHARTIER, R. e CAVALLO, Guglielmo (orgs.). *História da leitura no mundo ocidental*. Trad. Cláudia Cavalcanti et ai. São Paulo: Ática, 1999. vol. 2. p. 135-163

LISTA DE APÊNDICES NO CD ENCARTADO ¹⁰⁶

- 1 Resultados do questionário piloto
- 2 Questionário aplicado nas feiras Faísca ã Mercado Gráfico e Textura
- 3 Transcrição da entrevista com João Perdigão
- 4 Transcrição da entrevista com Afonso Andrade
- 5 Transcrição da entrevista com Ana Rocha
- 6 Transcrição da entrevista com Jão e Helen Murta, da Faísca
- 7 Transcrição da entrevista com Helen Murta, da Faísca
- 8 Transcrição da entrevista com Elza Silveira, Wallison Gontijo e Lucas Brandão, da Textura
- 9 Frequências dos dados da feira Faísca ã Mercado Gráfico
- 10 Testes estatísticos da feira Faísca ã Mercado Gráfico
- 11 Frequências dos dados da feira Textura
- 12 Testes estatísticos da feira Textura
- 13 Transcrição do grupo focal de edição imagética
- 14 Transcrição do grupo focal de edição geral
- 15 Transcrição do grupo focal de edição textual

¹⁰⁶ Disponíveis no CD encartado.