

Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Ciências Sociais e Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

João Vitor da Silva Bitencourt

**MERCADORIA E SIGNIFICAÇÕES:  
PRÁTICAS DAS EDITORAS INDEPENDENTES NO BRASIL**

Santa Maria

2022

João Vitor da Silva Bitencourt

**MERCADORIA E SIGNIFICAÇÕES:  
PRÁTICAS DAS EDITORAS INDEPENDENTES NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestre em Comunicação**

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sandra Depexe

Santa Maria

2022

**João Vitor da Silva Bitencourt**

**MERCADORIA E SIGNIFICAÇÕES:  
PRÁTICAS DAS EDITORAS INDEPENDENTES NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestre em Comunicação**

Aprovado em 31 de outubro de 2022:

---

**Sandra Depexe, Dra. (UFSM)**

Presidente/orientadora

---

**Ana Elisa Ribeiro, Dra. (CEFET-MG)**

---

**Marília de Araújo Barcellos, Dra. (UFSM)**

Santa Maria

2022

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

Bitencourt, João Vitor da Silva  
Mercadora e significações: práticas das editoras  
independentes no Brasil / João Vitor da Silva  
Bitencourt.- 2022.  
113 p.; 30 cm

Orientadora: Sandra Depexe  
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa  
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de  
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2022

1. Mercado editorial 2. Publicações independentes 3.  
Produção editorial I. Depexe, Sandra II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFPEM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, JOÃO VITOR DA SILVA BITENCOURT, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Dissertação) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

## AGRADECIMENTOS

Este primeiro agradecimento não poderia ir para outra pessoa, Depexe. Muito já foi falado na defesa e durante os muitos anos da nossa parceria, mas deixo meu agradecimento eternizado nestas páginas junto com o nosso trabalho. Você foi a melhor ORIENTADORA que eu poderia ter pedido, mesmo eu tendo sido um desorientando em diversos momentos, você me acolheu, respeitou meus momentos, me ajudou em cada passo. Admiro demais a sua força em lutar pela pesquisa no Brasil, pelas universidades públicas, pelo nosso curso de Produção Editorial que tanto amamos e também pela Pós-Graduação. Saiba que você vai ser para sempre quem eu quero ser quando crescer, um dos maiores exemplos que sigo e que sempre vou ter o maior orgulho de ter sido seu primeiro aluno do mestrado. Espero que nossa parceria siga daqui pra frente com coisas cada vez mais maravilhosas e muito PE!

Ao Seu Bráulio, meu pai, e Dona Arlete, minha segunda mãe, não tenho palavras suficientes para agradecer vocês, por estarem comigo em todos momentos, sempre acreditar em mim e nas escolhas que tomei. Espero poder retribuir tudo que vocês me deram mil vezes mais sempre, saibam que amo muito vocês e que todas essas conquistas, como todas que vieram antes e que ainda vão vir, são nossas.

Renata, minha irmã maravilhosa, meu muito obrigado por todo teu incentivo e amor incondicional, você sempre me dá força para seguir em frente e procurar conquistar sempre muito mais. Você é um exemplo para mim que tento seguir diariamente, como irmã, profissional e pessoa, ver tua perseverança e como ultrapassa todos obstáculos sempre colocando seus valores em primeiro lugar é como procuro moldar minha trajetória com a melhor referência do meu lado. Tenho orgulho demais de ser teu irmão mais novo e poder acompanhar todas as tuas conquistas também. Te amo muito, saiba que vou estar aqui para você sempre!

Dani, obrigado demais pelo teu apoio, as conversas, os posos, dividir todas essas coisas contigo e saber que posso sempre contar com você é importante demais para mim. Te ver construindo tua vida, indo atrás das coisas que você sempre quis, buscando tua independência, construindo uma carreira, são coisas que sempre levo comigo de exemplo e certamente vão ser um exemplo incrível para a Brenda também. E mais um obrigado por me apresentar o mais incondicional amor do mundo nessa sobrinha que trouxe só felicidade para a nossa família.

Nina, não consigo nem pensar em uma vida que não tivesse compartilhando os pensamentos mais aleatórios contigo, obrigado por estar sempre do meu lado, por me ouvir, me ajudar, me acolher. Saber que posso contar contigo nos melhores e piores momentos, para

chorar e dar risada é a melhor coisa que poderia pedir, sabe que pode contar comigo para tudo isso também. Obrigado por ser a família que escolhi levar pra vida, eu sempre vou ta aqui para você em tudo que precisar, te amo demais!

Entregando o registro acadêmico mais merecido para a Lavínia, a maior das revisoras que salvou esse trabalho em momentos críticos, obrigado mesmo amiga, você é incrível demais! Não sei o que teria feito sem você, provavelmente ainda ia estar em posição fetal tentando arrumar tudo, você é uma revisora maravilhosa demais e uma amiga perfeita.

Não poderia ter passado por todo esse processo sem colegas incríveis do meu lado, que entendiam cada angústia do dia a dia. Bernardo, que depois de nos conhecermos quase a vida toda tivemos no mestrado nosso reencontro, muito obrigado por tudo mesmo e feliz demais de passar agora a compartilhar os percalços do mercado de trabalho com você. Ale, minha gêmea desde a graduação, não mudou no mestrado e nem depois, obrigado demais por estar na minha vida, compartilhar quase os mesmos surtos e sempre dar muita risada.

Val obrigado por ser a melhor colega de apartamento agora, ter me salvado de um coliving caótico, contas mensais catastróficas e por toda a força nessa finaleira do mestrado. Você é uma pessoa incrível demais e tenho muita sorte de poder conviver com você e dividir nosso dia a dia de comprar pãozinho e ir na academia. Obrigado por tudo mesmo!

Aos incríveis entrevistados, Renata Dias Maciel, Mel Gibbs, Rodrigo Acioli, Ricardo Rodrigues, Giba Gomes, Cristiano Moreira, Rafaela Jemmene, Chris Fuscaldo e Paula Cajati, que muito generosamente me doaram seu tempo, conhecimento e a paixão pelas publicações independentes, que trouxeram vida pra esse trabalho e meu momento favorito nesses dois anos.

A Universidade Federal de Santa Maria, por ter sido minha segunda casa por muitos anos, um lugar em que pude crescer como pessoa e profissional, que vai sempre ter um lugar de extrema importância na minha vida. Deixo nestes agradecimentos a minha esperança de uma vida longa a UFSM e todas instituições de ensino superior do Brasil, que cada vez mais essa educação gratuita de qualidade esteja acessível a todos.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

## RESUMO

AUTOR: João Vitor da Silva Bitencourt

ORIENTADORA: Sandra Depexe

### MERCADORIA E SIGNIFICAÇÕES:

#### PRÁTICAS DAS EDITORAS INDEPENDENTES NO BRASIL

O presente trabalho disserta sobre o mercado editorial independente no Brasil e as significações atreladas ao independente por seus publicadores, inseridos no contexto de crise do mercado editorial, bem como da pandemia de COVID-19. Assim, o problema da pesquisa questiona: quais são os caminhos trilhados na produção independente brasileira? Como objetivo geral da dissertação, buscamos analisar como se configura o mercado de publicações independentes no Brasil, em um contexto de instabilidade do mercado editorial e pandemia. E como objetivos específicos procuramos refletir sobre os atores do mercado editorial independente; investigar as significações atreladas à produção independente por esses atores; averiguar de que maneira a pandemia afetou o nicho de publicações independentes. Propomos uma discussão sobre o que é ser independente através da análise dos trabalhos de Cristina Lyra Couto De Souza (2011), José de Souza Muniz Jr (2016), Leandro Müller (2017), Raquel Vitorelo (2019), Julia Contreiras (2019), Samara Mírian Coutinho (2020) e Maria Luísa Acioli Falcão de Alencar (2020). Os passos metodológicos tomados no trabalho foram inspirados nas práticas e conceituações da netnografia através de Robert Kozinets (2014). Para tanto, realizamos uma observação participante como forma de entrada no campo no grupo de leitura e tradução promovido pela Edições Tijuana. Foi realizada a aplicação de questionários voltados a publicadores, editoras e coletivos independentes como ferramenta de coleta de dados e contato com editores. Posteriormente realizamos entrevistas para desenvolver ainda mais algumas questões advindas dos questionários e outros pontos que surgissem dos próprios publicadores. Apresentamos uma sistematização após os relatos obtidos nas entrevistas em por meio dos conceitos de capitais de Pierre Bourdieu (2008; 2018) e as racionalidades do consumo de Néstor García Canclini (1992; 2008), para entender como os produtores veem o independente no Brasil, e como navegam suas questões mercadológicas em relação a sua produção artística e pessoal. Assim, podemos notar como a coletividade se mostra muito presente no cenário das publicações independentes, com forte senso de comunidade. É possível inferir um perfil comum entre os publicadores de alta formação acadêmica em sua maioria, fator que precisa ser ponderado ao questionar as estruturas do movimento. Fatores econômicos aparecem tanto como uma dificuldade quase constante dos publicadores, mas também que é aceito como parte de seu dia a dia, sem esperar tanto um grande retorno neste sentido, que valorizam muito mais outras formas de retorno. Por fim, a questão sobre o que é ser independente no Brasil continua sem resposta definitiva, segue uma busca constante e sempre mutável, com diversas definições possíveis.

**Palavras-chave:** Mercado editorial. Publicações independentes. Produção Editorial.

## ABSTRACT

AUTHOR: João Vitor da Silva Bitencourt

ADVISOR: Sandra Depexe

### COMMODITY AND SIGNIFICATIONS:

#### PRACTICES OF INDEPENDENT PUBLISHERS IN BRAZIL

This paper seeks to dissect the independent publishing market in Brazil and the meanings attached to it by its publishers, inserted in the context of the crisis of the publishing market, as well as the pandemic of COVID-19. Thus, we seek to understand how in the face of an oscillating publishing scenario and through the pandemic, what are the paths taken by Brazilian independent publishers in this context? As a general objective of the dissertation, we sought to analyze how the independent publishing market in Brazil is configured, in a context of instability of the publishing market and pandemic. As specific objectives, we sought to reflect on the actors of the independent publishing market; to investigate the meanings attached to independent production by these actors; and to investigate how the pandemic affected the independent publishing niche. We propose a discussion about what it is to be independent through the analysis of the works of Cristina Lyra Couto De Souza (2011), José de Souza Muniz Jr (2016), Leandro Müller (2017), Raquel Vitorelo (2019), Julia Contreiras (2019), Samara Mírian Coutinho (2020) and Maria Luísa Acioli Falcão de Alencar (2020). The methodological steps taken in the work were inspired by the practices and conceptualizations of netnography through Kozinets (2014). To this end, we conducted a participant observation as a way of entering the field in the reading and translation group promoted by Edições Tijuana. Online surveys aimed at independent publishers, publishers, and independent collectives were carried out as a data collection tool and a way to establish a first contact with publishers. Subsequently, we conducted interviews to further develop some issues arising from the surveys and other points that emerged from the publishers themselves. We present a systematization after the reports obtained in the interviews, through the concepts of capitals by Bourdieu (2008; 2018) and the rationalities of consumption by Canclini (1992; 2008), to understand how producers see the independent in Brazil, and how they navigate their market issues in relation to their artistic and personal production. Thus, we can notice how collectivity is very present in the scenario of independent publications, with a strong sense of community. It is possible to infer a common profile among the publishers with a high academic background in their majority, a factor that needs to be pondered when questioning the structures of the movement. Economic factors appear both as an almost constant difficulty for the publishers, but also that it is accepted as part of their daily lives, without expecting so much in the way of return in this sense, that they value other forms of return much more. Finally, the question about what it is to be independent in Brazil remains without a definitive answer, it follows a constant and ever-changing search, with several possible definitions.

**Keywords:** Publishing market. Independent publications. Editorial Production.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Passos Metodológicos.....	15
Figura 2 - Lista de entrevistados.....	19
Figura 3 - Sistematização do Estado do conhecimento.....	34
Figura 4 - Páginas duplas do zine Publicación Independiente como Plataforma de Urgencia....	40
Figura 5 – Configurações do Mercado Editorial Independente.....	42
Figura 6 - Funções exercidas pelos respondentes.....	45
Figura 7 - Formas de financiamento.....	91
Figura 8 - Formas de publicação.....	92

## SUMÁRIO

<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....</b>	<b>10</b>
<b>1 CAMINHOS DA PESQUISA.....</b>	<b>14</b>
<b>2 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO.....</b>	<b>21</b>
2.1 BREVE HISTÓRICO EDITORIAL BRASILEIRO.....	21
2.2 PRÁTICAS DA PRODUÇÃO EDITORIAL.....	23
2.3 ESTADO DO CONHECIMENTO.....	26
<b>3 PISTAS DO CAMPO .....</b>	<b>37</b>
3.1 ENTRANDO NO CAMPO - PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE COMO PLATAFORMA DE URGÊNCIA.....	37
3.2 EXPLORAÇÃO DO CAMPO - APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS.....	41
<b>4 SER INDEPENDENTE.....</b>	<b>47</b>
4.1 ENTREVISTAS.....	47
4.1.1 Renata Dias Maciel - Artista Visual.....	48
4.1.2 Mel Gibs – Colecionador.....	50
4.1.3 Rodrigo Acioli – Titivillus.....	51
4.1.4 Ricardo Rodrigues - Experimentos Impressos.....	56
4.1.5 Giba Gomes - Artista Visual.....	61
4.1.6 Cristiano Moreira - Papel do Mato.....	64
4.1.7 Rafaela Jemmene - Artista Visual.....	69
4.1.8 Chris Fuscaldo - Garota FM Books.....	72
4.1.9 Paula Cajati - Editora Jaguatirica.....	77
<b>5 SISTEMATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS INDEPENDENTES.....</b>	<b>81</b>
5.1 INSTÂNCIAS ECONÔMICAS DO MERCADO INDEPENDENTE.....	81
5.2 INSTÂNCIAS DE SIGNIFICAÇÃO DO PRODUTO SIMBÓLICO.....	84
5.3 VISUALIZAÇÃO DAS PRÁTICAS INDEPENDENTES.....	90
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>94</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>98</b>

<b>APÊNDICE A - MODELO DOS QUESTIONÁRIOS.....</b>	<b>101</b>
<b>APÊNDICE B - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS.....</b>	<b>109</b>
<b>APÊNDICE C - MODELO DA AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS.....</b>	<b>110</b>

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Desde a evolução tecnológica até as mudanças na sociedade, na maneira que vivemos, nos comunicamos, consumimos e nos relacionamos com os livros, podemos perceber que diversas mudanças vêm acontecendo nesse cenário. Atualmente o mercado editorial brasileiro passa por um momento conturbado que se mostra em diversas frentes. Segundo pesquisa da Nielsen Book Data (2022), em que apresenta retomada de série histórica dos períodos de 2006-2021, a queda no faturamento do segmento até o último ano da série foi de 39%. A pesquisa também traz a fala do presidente do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), Dante Cid, em que afirma a dificuldade de retorno ao crescimento do segmento quando há recuperação econômica no país, mas que, no entanto, as crises são sentidas de forma intensa pelo setor.

Cada vez mais as formas de publicar, se divulgar e se inserir no mercado se modificam, de modo que, “a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais, nas quais os dominadores capturariam os receptores: entre uns e outros se reconhecem *mediadores*, como a família, o bairro e o grupo de trabalho” (CANCLINI, 2008, p. 59-60), temos atualmente diversas maneiras de interagir, produzir consumir, etc, somos cada vez mais múltiplos e isso se reflete também em nossas práticas. Neste meio, as publicações independentes também evoluem e se modificam, misturam práticas já estabelecidas com novas experimentações, estabelecemos então as publicações independentes no seu todo como bens culturais, com seus produtores atrelando diferentes valores simbólicos às suas produções.

Além das mudanças já citadas acima, perante a pandemia de COVID-19 e o isolamento social, ocorreram transformações em todos os níveis de nosso dia a dia, em um curto período de tempo. O mercado independente também sentiu esse impacto, já que muitas de suas práticas são associadas a eventos presenciais e feiras gráficas, logo foram necessárias mudanças e adaptações nesse período. Cada publicador buscou a forma com que melhor poderia seguir sua produção nesse tempo, com grandes instabilidades políticas presentes, para alguns, a pandemia se tornou um momento de necessária produção e luta pelos seus ideais.

Vemos então como as publicações se apresentam com diferentes significados para todos que estão envolvidos neste meio, a busca de espaço em um mercado difícil que anda lado a lado com as diversas significações presentes na prática e na conceitualização de seus trabalhos. Esses produtores procuram um lugar para si no ecossistema editorial brasileiro e encontram práticas alternativas de se inserir e proclamar uma forma sua de estar presente. Como

problemática questionamos então: *perante um cenário editorial instável e uma pandemia mundial, quais são os caminhos trilhados na produção independente brasileira?*

A partir da minha formação em Comunicação Social – Produção Editorial, em que durante todo o curso tive contato direto com as mais diversas formas de publicações, vemos na produção e publicação independente uma questão com grande potencialidade de investigação em nível de mestrado junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, na linha de Mídia e Identidades Contemporâneas. A partir de um olhar mais prático e envolvido nas condutas do mercado editorial, para então questionar as trocas e significações intrínsecas à produção das publicações independentes, em que pensamos nos atores presentes nessas relações e o que os levam a se inserir nesse mercado.

Uma verificação realizada na Biblioteca Nacional Digital de Teses e Dissertações com as palavras-chave “Editoras Independentes” e “Publicações Independentes”, retornaram 155 e 203 trabalhos respectivamente. Mesmo utilizando diferentes filtros na busca, diversos trabalhos advinham de outras áreas e poucos eram voltados de forma mais específica à questão das produções editoriais independentes, mas alguns pesquisadores já encararam o tema de forma similar à que pretendemos nesta proposta de dissertação. Trazemos estes autores e suas pesquisas para nossa discussão no sentido de procurar entender melhor a evolução das pesquisas sobre publicações independentes e as problemáticas e conceituações já propostas em relação a uma definição do que é ser independente. Entre os autores com trabalhos de interesse encontrados, destacamos Cristina Lyra Couto De Souza (2011), José de Souza Muniz Jr (2016), Carolina Motter Pizoni (2016), Leandro Müller (2017), Raquel Vitorelo (2019), Julia Contreiras (2019), Samara Mírian Coutinho (2020) e Maria Luísa Acioli Falcão de Alencar (2020).

Em conjunto com outras pesquisas que versam sobre publicações independentes no Brasil das mais diversas formas, vemos um campo em crescimento e muito plural que ainda mostra espaço para investigações, questões e problemáticas que podem ser investigadas. Para deste modo, podermos entender melhor os processos de produção das publicações independentes, principalmente em um momento de dificuldades do mercado editorial e pandemia de COVID-19, se tornam uma das justificativas para o trabalho.

Como objetivo geral da dissertação, buscamos analisar como se configura o mercado de publicações independentes no Brasil, em um contexto de instabilidade do mercado editorial e pandemia. E como objetivos específicos procuramos refletir sobre os atores do mercado

editorial independente; investigar as significações atreladas à produção independente por esses atores; averiguar de que maneira a pandemia afetou o nicho de publicações independentes.

Os passos metodológicos tomados no trabalho foram inspirados nas práticas e conceituações da netnografia, com adaptações para o presente trabalho, nos utilizamos das ferramentas disponibilizadas para que fosse possível traçar um caminho que conversasse tanto com as práticas dos publicadores independentes e as necessidades do atual contexto de ensino e pesquisa em relação a pandemia. Para tanto, realizamos uma observação participante como forma de entrada no campo no grupo de leitura e tradução promovido pela Edições Tijuana para a tradução da zine, “Publicação Independente como Plataforma de Urgência”. Tomamos a decisão de incluir esta primeira etapa exploratória devido a importância da Feira Tijuana para o movimento independente brasileiro, marcada como uma das primeiras feiras que aconteceu no país e um dos pilares na popularização e estruturação do movimento como o enxergamos atualmente.

Como ferramentas para a captação de dados optamos por utilizar questionários, dos quais obtivemos 53 respostas válidas, para levantar algumas questões e começar a entender as práticas realizadas pelos publicadores e editoras independentes com questões que visam uma aproximação exploratória ao campo. A próxima etapa foi das entrevistas, construímos um roteiro de perguntas de forma que pudéssemos aprofundar algumas questões e abordar outros pontos que não haviam sido contemplados nas etapas anteriores. As entrevistas foram realizadas com 8 publicadores, a partir da ideia de uma entrevista aberta, sem seguir o roteiro de forma imutável, mas que conforme as respostas dos entrevistados e outros temas de relevância surgissem, também seriam explorados.

Decidimos trazer logo após a introdução o capítulo de “Caminhos da pesquisa” no qual iremos apresentar detalhadamente os passos de execução do trabalho. Iniciamos com abordagem metodológica, com base na netnografia através de Robert V. Kozinets (2014), como uma forma de adaptação do trabalho ao cenário da pandemia de COVID-19. A seguir discorreremos sobre as etapas metodológicas e como as adaptamos para nossas necessidades. Primeiramente com a observação participante, seguida de questionários online como forma de aproximação do campo, tanto para compreender melhor as questões dos produtores como para conseguir contatos. A partir desse passo, seguimos para as entrevistas, em que poderemos aprofundar os apontamentos captados pelos questionários e ter um diálogo mais dinâmico e aprofundado com os produtores.

No segundo capítulo, “Mercado editorial brasileiro” discorreremos sobre o campo editorial, em que trazemos os principais conceitos da investigação. Iniciamos com uma breve retomada histórica da produção editorial no país, para que, ao remontar o desenvolvimento desse mercado, possamos entender algumas dinâmicas presentes atualmente. Construimos também percepções sobre a produção editorial como produto cultural, em que procuramos trazer conceituações tanto do mercado editorial que chamamos de convencional e do mercado editorial independente, que é o foco do trabalho. Trazemos conceitos e apontamentos relacionados de Maritza Urteaga, Raúl Marcó del Pont Lalli, Cecilia Vilchis Schöndube e John B. Thompson. Apresentamos um estado da arte, reunimos trabalhos de destaque encontrados que debatem diferentes facetas da produção editorial independente em diversos cenários. Podemos, assim, construir uma discussão em volta da terminologia independente e suas diferentes interpretações.

No terceiro capítulo “Pistas do campo” iremos descrever os processos de entrada no campo com a observação participante no grupo de leitura e tradução promovido pela Edições Tijuana para a tradução da zine, “Publicação Independente como Plataforma de Urgência”. Posteriormente trazemos alguns apontamentos iniciais a partir das respostas obtidas através dos questionários aplicados, tanto para os produtores como para as editoras independentes, em que tecemos alguns apontamentos através dos dados obtidos.

No quarto capítulo “Ser independente”, apresentamos os relatos da entrevista piloto e das oito entrevistas que seguiram, trazemos para o trabalho a visão dos publicadores independentes, apresentamos suas trajetórias, ideias, desejos para o futuro. Para assim, poder adentrar de forma mais profunda nesse ser independente e suas diversas facetas.

No quinto capítulo “Sistematização das práticas independentes” trazemos algumas análises a partir dos dados captados através dos questionários e entrevistas, em relação aos conceitos abordados pelos autores que nortearam o trabalho, Pierre Bourdieu (2008; 2018) e Néstor García Canclini (1992; 2008), com outros autores de importância como John B. Thompson (2013) e Raúl Marcó del Pont Lalli e Cecilia Vilchis Schöndube (2012).

Por fim, nas considerações finais trazemos uma retomada dos passos traçados através de toda a pesquisa, desde sua concepção, todas etapas e últimas análises. Trazemos também algumas possibilidades de desdobramentos possíveis a partir das questões levantadas.

## 1 CAMINHOS DA PESQUISA

Martino (2018, p. 99, grifo do autor) apresenta as pesquisas qualitativas como “preocupadas com os *significados* presentes nas ações humanas. [...] Por isso, nas pesquisas qualitativas o objetivo principal é *compreender* as ações humanas, não explica-las”. Assim, procuramos no presente trabalho entender as dinâmicas do mercado editorial independente brasileiro, com foco nos atores inseridos neste contexto, desde produtores, publicadores, editores, etc. Como estão inseridos nesse mercado, suas motivações, suas práticas e de que forma se identificam perante as tribulações que afetam seu nicho, desde a crise do mercado editorial brasileiro até as mudanças impostas pela pandemia do COVID-19.

Após aprendermos como se constitui o mercado das publicações independentes, partimos para mapear suas formas de produção. Inicialmente, essa pesquisa se dará através da internet que “pode ser tanto *objeto* de pesquisa (aquilo que se estuda), quanto *local* de pesquisa (ambiente onde a pesquisa é realizada) e, ainda, *instrumento* de pesquisa (por exemplo ferramenta para coleta de dados sobre um dado tema ou assunto)” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 17, grifo dos autores). Sendo aqui utilizada nas suas instâncias de *local* e *instrumento*, já que a pesquisa se dará através da internet se utilizando da instrumentalização de suas ferramentas.

Para tanto, optamos por passos metodológicos inspirados na netnografia, um método derivado da etnografia<sup>1</sup> que é a “pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal” (KOZINETS, 2014, p. 61-62). E, também, o estudo de caso que “é a pesquisa feita a partir da análise de uma situação, escolhida a partir de critérios definidos, para responder às perguntas propostas nos objetivos do trabalho” (MARTINO, 2018, p. 150). Muito como uma adaptação às circunstâncias do momento de realização do trabalho, perante as restrições causadas pela pandemia mundial, adaptamos as etapas e premissas do trabalho, conforme apresentamos na Figura 1.

---

<sup>1</sup> Por este motivo, parte do texto está escrito em primeira pessoa, representando as etapas de inserção do pesquisador diretamente no campo.



Figura 1 – Passos Metodológicos



Fonte: Produzido pelo autor (2022)

Kozinets (2014) apresenta protocolos gerais que servem como uma guia para a netnografia, das quais cada pesquisador adapta para as necessidades específicas de seu projeto. A partir destas categorias de base como inspiração, definimos algumas etapas a serem seguidas no trabalho — como pode ser visto na Figura 1 — para dar conta dos objetivos citados, a seguir iremos discorrer brevemente sobre cada uma das fases.

O primeiro passo sugerido pelo autor é o “planejamento do estudo”, com definição das questões do trabalho, tópicos a investigar, etc (KOZINETS, 2014, p. 63). Neste momento se inicia a pesquisa bibliográfica, que segundo Stumpf (2009, p. 51) é “um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva [...] dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico”, para uma fundamentação teórica e metodológica sobre o tema e questões propostos. Bem como uma pesquisa inicial sobre as publicações editoriais independentes no Brasil, em que se procura identificar lugares de trocas e divulgações. Nesse momento, encontramos o grupo de *Facebook*

“Calendário de feiras independentes e artes impressas” onde existe uma planilha colaborativa<sup>2</sup> mantida por profissionais da área e frequentadores de feiras gráficas e que mostra o aumento do número de feiras no Brasil, em 2016, 24 edições; em 2017, 66 edições; em 2018 chegando a 109; em 2019 foram adicionadas 82 feiras na planilha. Em 2020, com o início da pandemia e o afastamento social, boa parte dos eventos foi cancelada, adiada ou aconteceu de maneira online.

A segunda etapa é a “entrada” definida pelo autor como o momento de identificação e seleção da comunidade (KOZINETS, 2014, p. 63), para tanto passamos a executar uma aproximação do campo em que buscamos projetos relacionados ao tema, as editoras independentes e aos perfis de publicadores independentes em redes sociais. Nesse momento, encontramos um perfil na rede social *Twitter*, o Divulga Nacional<sup>3</sup> — projeto de divulgação de livros e autores nacionais — que posteriormente foi de extrema importância para o trabalho. Outro passo de “entrada” foi a observação participante no grupo de leitura e tradução promovido pela Edições Tijuana em parceria com o Centro de Documentação e Pesquisa da EAV Parque Lage. O objetivo do grupo foi a tradução da zine “Publicação Independente como Plataforma de Urgência”, inicialmente editada pela Banca Carrocinha — banca de publicações independentes — de forma coletiva durante a edição da feira Tijuana em 2019. O grupo de leitura e tradução iniciou suas atividades em setembro de 2020, de maneira online, por chamadas no *Zoom*. A cada semana, duas ou três pessoas ficavam responsáveis pela tradução de um trecho da zine que era revisado coletivamente através das reuniões semanais.

O terceiro passo é a “coleta de dados”, neste momento utilizamos o questionário como uma etapa exploratória para entender melhor o contexto da produção independente no país: seus produtores, como funciona a construção e comercialização do nicho, etc. Para construir um questionário, precisamos elaborar questões que respondam aos objetivos da pesquisa e sejam atrativas, garantindo, assim, uma adesão mínima. O questionário online foi divulgado nos grupos do *Facebook* “Calendário de feiras independentes e artes impressas” e “Mercado Editorial”, compartilhado no perfil do *Twitter* Divulga Nacional e enviado diretamente por email. O questionário pode ser definido como “a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre

---

<sup>2</sup> A planilha é disponibilizada em um grupo público no *Facebook* chamado “Calendário de feiras independentes e artes impressas”, em um post fixado uma moderadora passa diretrizes de uso e quais tipos de eventos se encaixam no objetivo do grupo. Qualquer pessoa pode adicionar informações sobre novas feiras na planilha, que é aberta para edição.

<sup>3</sup> Link do Divulga Nacional no *Twitter*: <https://twitter.com/divulganacional>

conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, [...] comportamento presente ou passado etc” (GIL, 2019, p. 137).

Destacam-se como vantagens do questionário a possibilidade de atingir um grande número de pessoas e, outra característica interessante, é que garante o anonimato dos respondentes, ainda, existe a oportunidade de completá-lo a qualquer momento. Já, dentre algumas de suas limitações, é a de não existir possibilidade de auxiliar quem responde, assim, cabe ao pesquisador realizar uma boa construção do questionário. Também não é possível explorar mais as respostas do informante, ou seja, entender os contextos de sua opinião. Normalmente, não se pode fazer muitas perguntas para não desencorajar o preenchimento dele e os seus resultados podem ter problemas de objetividade, já que está sujeito a interpretação dos indivíduos (GIL, 2019). Considerando estas especificidades, o questionário foi feito através do Google Forms, ficou disponível do dia 13/05/2021 até o dia 19/08/2021 e totalizou 53 respostas válidas entre publicadores e editoras independentes, o modelo de questões do questionário pode ser encontrado no Apêndice A.

Em seguida, após uma primeira análise, seleção e contato através de dados provenientes do questionário, será iniciada a etapa de entrevistas, que segundo Gil (2019), é uma das técnicas mais usadas e eficazes e pode ser definida como “a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à pesquisa” (GIL, 2019, p. 125). Segundo Martino (2018, p. 113) “a entrevista é uma conversa orientada para a busca de informações específicas relacionadas aos objetivos de pesquisa”. Assim, ela se mostra como uma técnica versátil em que se pode conseguir diversas informações dos entrevistados como opiniões pessoais, sentimentos, valores, etc. Algumas das vantagens é a de observar a pessoa que está fornecendo as informações necessárias e adequar seu discurso ou perguntas para que se atinja os objetivos traçados, possibilidade de auxiliar o entrevistado, entre outras. Por outro lado, as limitações que o autor apresenta é a motivação do entrevistado — normalmente está participando do projeto de maneira voluntária — e o meio que o entrevistador conduz a entrevista que pode influenciar as respostas e interações entre os dois.

Devido a pandemia, as entrevistas aconteceram de modo online, o que apresentou diferentes desafios e possibilidades. Ocorreram alguns problemas com dispositivos e de conexão, mas também todos os entrevistados concordaram em gravar a entrevista para consulta posterior, o que possibilitou um melhor refinamento dos relatos na hora da análise. Em um primeiro momento, como mencionado antes, a ideia era que pelo menos algumas das entrevistas

ocorressem presencialmente, no entanto, como a maior parte dos entrevistados estavam em outras cidades e estados, todas entrevistas foram online. A seleção dos entrevistados teve como critério optar por publicadores ou editoras que atuam de várias formas para termos um escopo maior da produção independente e também de diferentes regiões do país.

Existem diferentes tipos de entrevistas: entrevista estruturada, entrevista semiestruturada, entrevista com pauta, entrevista focalizada e entrevista informal. Para o presente trabalho utiliza-se a modalidade de entrevistas semiestruturada em que “[...] no lugar do questionário, entra em cena um *roteiro de perguntas*. A entrevista semiestruturada não perde o foco, mas abre espaço para o entrevistado acrescentar elementos que não estavam previamente definidos” (MARTINO, 2018, p. 115, grifo do autor). Ou seja, é um modelo em que as questões são pré-determinadas, mas sua ordem é avaliada no momento pelo pesquisador que, com o desenvolvimento da entrevista, decide se alguma questão pode afetar ou não o aproveitamento das informações que podem ser obtidas.

As entrevistas ocorreram dia 7 de junho de 2022 e foram finalizadas no dia 25 de julho de 2022, com duração aproximada entre 45 minutos até 2 horas. Primeiramente, foi realizada uma entrevista piloto com a artista visual Renata Dias Maciel, devido ao contato prévio que tínhamos em outros projetos e seu papel na organização das feiras ReTina em Santa Maria. Após esta primeira experiência, foi decidido manter a entrevista de Renata no corpo do texto, ao contrário da ideia inicial de uma entrevista piloto, já que houveram colocações importantes e no decorrer das entrevistas seguintes a estrutura utilizada não se modificou drasticamente. Posteriormente, foram contatados outros publicadores e editoras independentes com o convite para as entrevistas, bem como, alguns outros contatos indicados por Renata de pessoas que trabalhavam de forma independente e poderiam estar dispostas a participar. Ao utilizar a entrevista aberta como método escolhido, busquei sempre deixar um diálogo aberto com os entrevistados, fazia perguntas iniciais para começar o debate e conforme a conversa seguia adaptava a entrevista da melhor forma possível. Alguns entrevistados após a primeira pergunta já passaram a narrar toda sua trajetória, outros mostraram seu acervo de publicações e quase nenhuma outra pergunta pré-estabelecida foi feita diretamente, porque elas foram respondidas no decorrer de suas falas. Com outros entrevistados realizei todas as perguntas do roteiro na ordem colocada, fiz perguntas que não haviam sido pré-estabelecidas, deixei perguntas de fora. Como o objetivo foi trazer atores do mercado independente muito diferentes entre si e que representassem facetas diversas desse mundo, também não tinha a pretensão de realizar a mesma entrevista para todos. No final cada entrevista foi uma experiência única em si, mesmo

ao abordar um tema comum e com uma estrutura geral semelhante, tivemos respostas e histórias das mais variadas, representantes das possibilidades que esse meio oferece.

Em seguida, estabeleci contato com os publicadores, procurei apresentar o projeto e como seria a dinâmica das entrevistas, fui no decorrer desses dias marcando nossos encontros através da plataforma de videoconferência *Google Meet*. Durante as entrevistas, com o consentimento de todos os entrevistados, realizei as gravações para serem utilizadas posteriormente durante a análise. Usei a extensão *Tactiq* no navegador *Google Chrome* que fez a transcrição simultânea das entrevistas e que posteriormente poderiam ser exportadas no formato PDF. Ao converter o PDF para o Word e tirar os trechos que desejava usar, percebi que o texto vinha com diversos problemas de configuração e precisava ser revisado juntamente às gravações em vídeo para que não houvesse nenhuma discrepância entre o que os entrevistados falaram e o que estaria presente no trabalho. Ao todo foram oito entrevistados<sup>4</sup> apresentados na Figura 2.

Figura 2 - Lista de entrevistados

Entrevistado	Atividade	Estado	Tipo de publicação	Formação	Data da entrevista	Duração
<b>Renata Dias Maciel</b>	Artista Visual	Santa Catarina	Produção artística	Design e artes gráficas; estamperia	07/06/2022	45m
<b>Rodrigo Acioli</b>	Editora Titivillus	Pernambuco	Autopublicação, co-participação, própria	Graduação e Mestrado em História	11/07/2022	1h 15m
<b>Ricardo Rodrigues</b>	Editora Experimentos Impressos	Rio Grande do Sul	Autopublicação	Graduação em Publicidade propaganda; Jornalismo	13/07/2022	40m
<b>Giba Gomes</b>	Artista Visual	São Paulo	Autopublicação	Graduação em Arquitetura	14/07/2022	55m
<b>Cristiano Moreira</b>	Editoras Papel do Mato e Papaterra Editora	Santa Catarina	Financiado pela editora	Graduação em Letras Português-Inglês; Mestrado e Doutorado em Teoria Literária	15/07/2022	50m
<b>Mel Gibs</b>	Colecionador	Santa Catarina	Curadoria	Graduação em Psicologia	17/07/2022	1h 55m
<b>Rafaela Jemmene</b>	Artista Visual	São Paulo	Autopublicação	Mestrado e Doutorado em Artes Visuais	20/07/2022	50m
<b>Chris Fuscaldo</b>	Editora Garota FM Books	Rio de Janeiro	Produção de nicho (crowdfunding)	Graduação em Jornalismo	21/07/2022	1h 05m

<sup>4</sup> Todos entrevistados liberaram sua citação nominalmente no presente trabalho através de um termo de autorização.

<b>Paula Cajati</b>	Editora Jaguatirica	Rio de Janeiro	Financiado pela editora, co-participação	Administração Editorial	25/07/2022	1h
---------------------	---------------------	----------------	--	-------------------------	------------	----

Fonte: Produzido pelo autor (2022)

Como vemos no quadro, as entrevistas tiveram por volta de 1h de duração, com a menor em 40m e a maior 1h 55m. Sempre começava as entrevistas apresentando a pesquisa de mestrado e buscava deixar um espaço aberto de diálogo com um roteiro de perguntas que guiava o processo. Apresentava as perguntas conforme achava melhor e condizente com a forma que a conversa se desenvolvia, não fiz exatamente todas as perguntas a todos, em alguns momentos porque eles já respondiam de outras formas ou porque achei não se aplicar a suas práticas de publicação. Alguns dos entrevistados já iniciaram a entrevista narrando suas trajetórias, modos de produção, ideias, coleções sem muita interferência da minha parte. Acredito que essas formas múltiplas de interagir com os diferentes produtores foram riquíssimas para ter um contato direto com o mundo independente que vinha pesquisando há quase três anos, cada entrevista foi diferente e sem dúvidas colaborou para encaminhar a finalização deste trabalho.

A penúltima etapa é a “interpretação”, momento de análise dos dados e compreensão dos resultados (KOZINETS, 2014, p. 63), neste momento, fizemos a descrição de todas as entrevistas. Posteriormente, construímos análises dos dados e cenários obtidos tanto através dos questionários como das entrevistas, em relação ao que foi estabelecido através do marco teórico. Passamos assim para a última etapa apresentada por Kozinets (2014, p. 63), a “representação da pesquisa”, em que sistematizamos as observações que transcorreram durante a investigação, resultados e proposições de desenvolvimento posterior.

## **2 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO**

Neste capítulo pretende-se investigar como se constitui o cenário do mercado editorial no Brasil, explorando a relação do mercado convencional e as práticas de produção das publicações independentes. Trazemos uma breve contextualização histórica do mercado para elucidar algumas questões que vemos presentes até hoje. Passamos então a averiguar as mudanças advindas do presente contexto, tanto no setor corporativo de grandes empresas e editoras, bem como no âmbito das pequenas publicações com a atenção para como se configuram os produtores independentes em instâncias locais, regionais e nacionais e assim, entender quais as suas relações na cadeia de produção independente. Posteriormente, contextualizamos os Capitais de Bourdieu em relação às práticas do mercado editorial brasileiro em seu histórico, como no que vemos atualmente, para assim, começar a traçar alguns apontamentos sobre as configurações do mercado e o papel das publicações independentes neste complexo ecossistema.

### **2.1 BREVE HISTÓRICO EDITORIAL BRASILEIRO**

O desenvolvimento da produção cultural no Brasil está muito ligado à sua relação com Portugal. Com a transferência da família real em 1808 e o deslocamento da capital do Império para o Rio de Janeiro se instaura um intervalo de grande destaque da cidade na produção intelectual do país (MUNIZ JÚNIOR, 2016). Essa hegemonia carioca no cenário cultural perdura por muito tempo, com uma concentração de autores que não apenas eram nascidos na então capital, mas que também, no decorrer da sua vida, acabavam indo para a cidade estabelecer suas carreiras. Posteriormente, a indústria cultural brasileira tem como marco inicial a instauração do rádio no país em 1922, momento que dá início a um sistema de comunicação em massa, mas é a partir de 1960 que essa indústria cultural passa a se expandir (REIMÃO, 1996). Também nesta ocasião acontece a transferência da capital brasileira para Brasília e se inicia um crescimento exponencial de São Paulo como peça central na produção cultural do país (MUNIZ JÚNIOR, 2016).

Nesse período, ainda eram mais valorizadas as produções e consumo dos gêneros públicos como o teatro, música popular, jornalismo, já a literatura não tem um grande destaque nesse cenário. Durante toda a década de 1960 os níveis de publicação de livros se mantêm muito baixos, com uma relação de menos de um livro por habitante publicado ao ano (REIMÃO, 1996). Como mencionado anteriormente, nesta época o Rio de Janeiro é a cidade mais proeminente no setor editorial, em que, mesmo com a transferência da capital do país para Brasília, as pastas de Cultura e de Educação na Esplanada dos Ministérios ainda permanecem

em território carioca (MUNIZ JÚNIOR, 2016). No entanto, a influência de São Paulo no setor cresce com a sedimentação da CBL (Câmara Brasileira do Livro) que passa a organizar a Bienal do Livro na cidade e também o prêmio Jabuti.

Já com a chegada dos anos 1970, o cenário do país começa a mudar com um clima de crescimento econômico e desenvolvimento. Indo pelo caminho contrário, todavia, a produção cultural entra em um período de censura e limitação. Quase nenhum material de viés crítico ou polêmico é publicado, “aqui e ali, algumas obras com posturas mais críticas conseguem chegar até o público, mas suas vozes não eram numerosas e altas o suficiente para encobrir a entonação da marcha Pra Frente Brasil ou o coro do Eu te amo, meu Brasil” (REIMÃO, 1996, p. 41). Mesmo assim, é no ano de 1972 que se passa a quantidade de um livro publicado por habitante ao ano, número que segue crescendo.

Já em 1980, Reimão (1996) expõe que dois órgãos foram os maiores responsáveis pelo acompanhamento da evolução do mercado editorial: o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Apesar disso, nenhum dos dois possui relatórios do período completo, já que passaram algum intervalo de tempo sem coletar os dados necessários. A nova década trouxe outro aumento na quantidade de livros produzidos no país, elevando o número para 1,5 exemplares produzidos para cada habitante ao ano (REIMÃO, 1996). O número de livros produzidos no período apresenta expansão e mesmo com diversos “obstáculos à expansão do mercado editorial brasileiro e refletindo-se que, apesar deles, o mercado já é bastante significativo, torna-se patente a potencialidade de seu crescimento” (REIMÃO, 1996, p. 80).

O início dos anos 1990 traz mudanças ainda maiores, com o aumento crescente na produção de livros e da presença de autores nacionais tanto nos segmentos de ficção como de não ficção (REIMÃO, 1996). Segundo o jornal O Globo (2015), “entre 1990 e 1995, o número de títulos no país passou de 22.479 a 40.503, dobrando também o faturamento com a venda de livros (cerca de R\$ 900 milhões contra 1,8 bilhão)”. Este movimento fomenta cada vez mais a evolução e pluralidade do mercado no país, com mais editoras surgindo e nomes internacionais se instalando também.

O início dos anos 2000 seguiu essa tendência, com o crescimento de eventos voltados para o mercado editorial como a Bienal do Livro, que em 1983 registrava um baixo número de expositores e ainda menor público, entretanto já no começo do milênio, em 2001, já contava com a presença de mais de 560 mil visitantes e faturamento de R\$ 20 milhões. Esse crescimento não se manteve tão estável no resto da década, já que “[...] em dez anos, o mercado editorial brasileiro encolheu 12,5%, em termos de faturamento. O péssimo resultado foi puxado pelo



segmento de obras gerais, que inclui ficção e não ficção” (O GLOBO, 2016). Mesmo em momentos de estabilidade no faturamento do setor, ele acabou não acompanhando o crescimento do PIB do país, posteriormente também foi muito afetado pela crise.

## 2.2 PRÁTICAS DA PRODUÇÃO EDITORIAL

Publicações independentes já existem há muito tempo de diferentes formas, são quase como uma constante, como veículo para dar voz aqueles que não possuem outra plataforma para isso, que gostam de explorar temas não tão bem recebidos em empresas maiores, buscam diferentes formatos e experimentações gráficas, etc., as razões são inúmeras. Já faz alguns anos que esse movimento tem tomado tração no Brasil, se organizado e crescido de diferentes formas a partir das feiras gráficas, financiamentos coletivos ou publicações online. Atualmente, são várias as maneiras de se publicar e cada vez mais publicadores surgem para fazer crescer o cenário independente brasileiro.

Para entender melhor como se estrutura o cenário independente, procuramos definir de forma mais concreta como se impõe essa diferenciação entre as grandes editoras e os produtores independentes, características objetivas que possam ser utilizadas para analisar esses dois atores do mercado de produção cultural. Bourdieu apresenta uma definição que pode ser um começo para entender melhor essa dinâmica:

Um empreendimento encontra-se tanto mais próximo do polo comercial (ou inversamente, mais afastado do polo cultural), quanto mais direta ou completamente os produtos oferecidos por ele no mercado corresponderem a uma *demand* *preexistente*, ou seja, a *interesses preexistentes*, a formas preestabelecidas. Assim, temos por um lado, um ciclo curto de produção [...] destinados a garantir o retorno rápido dos ganhos por uma circulação rápida de produtos voltados a uma rápida obsolescência e, por outro, *um ciclo longo de produção*, fundado não só na aceitação do risco inerente aos investimentos culturais, mas, sobretudo, na submissão às leis específicas do comércio de arte: não tendo mercado no presente, esta produção inteiramente voltada para o futuro pressupõe investimentos de elevado risco que tendem a construir estoques de produtos em relação aos quais não se pode saber se voltarão ao estado de objetos materiais (avaliados como tais, ou seja, por exemplo ao peso de papel) ou se terão acesso ao estado de objetos culturais, dotados de um valor econômico desproporcionado relativamente ao valor dos elementos materiais que entram em sua fabricação (BOURDIEU, 2008, p. 59-60, grifos do autor).

Pequenas editoras e produtores independentes estão mais propícios a correr os riscos envolvidos em produzir conteúdos que não terão um retorno imediato. Investir em um mercado futuro, mesmo tendo uma estrutura financeira precária, na maioria das vezes, tem mais chances de se comprometer com autores desconhecidos ou formatos e ideias experimentais do que grandes editoras, “[...] o tamanho da empresa e o volume da produção não orientam somente a

política cultural através do peso das despesas e da preocupação correlata com o rendimento do capital, mas afetam diretamente a prática dos responsáveis pela seleção dos manuscritos” (BOURDIEU, 2008, p.63). Assim, essas práticas variam nos diferentes tipos de empreendimentos, já que as dificuldades de se inserir no mercado como uma editora pequena ou produtores independentes são diversas, esses indivíduos contam muito mais com uma *economia de favores* (THOMPSON, 2013), em que eles se fortalecem como um grupo, ao invés das facilidades e os lucros das grandes editoras. Porém, esses produtores independentes acreditam no que produzem, veem na dificuldade de inserção no mercado um chamado para se arriscarem em projetos com pouca segurança.

Fenômeno semelhante foi constatado por Lalli e Schöndube (2012, p.94, tradução nossa)<sup>5</sup> no México e na Espanha onde “os jovens editores entrevistados se classificam como independentes. Todos usam esse guarda-chuva buscando se diferenciar do *establishment editorial*”. Esses pequenos produtores e editoras veem nesse outro modo de encarar a produção cultural como algo positivo, uma maneira de não estar preso às amarras de uma grande corporação, podendo focar no âmbito criativo do seu trabalho. Não buscam uma forma tradicional, como uma fórmula pré existente de se inserir no mundo, mas sim ficar livre para perseguir todas as diferentes possibilidades que vem, até mesmo, das precárias condições econômicas e do mercado como um todo (LALLI; SCHÖNDUBE, 2012).

Com a evolução das tecnologias e das comunidades digitais, esse campo se torna cada vez mais amplo e plural, pessoas de vários lugares podem se conectar, trocar ideias e experiências para criar novas formas de produção cultural. Para Bourdieu (2008, p.86) “o envelhecimento advém também às empresas e autores quando umas e outros permanecem apegados (ativa ou passivamente) a modos de produção que, sobretudo se haviam feito época, estão inevitavelmente datados” Assim, empresas já consolidadas precisam cada vez mais se adaptar às novas formas de produção e também consumo que se modificam com o passar do tempo. As formas de divulgação e consumo dos conteúdos ampliados fomentam uma produção independente em que

jovens editores estão apostando em seus projetos independentes devido à 'insatisfação com o que o mercado oferece' e porque estão convencidos de que sua proposta 'preenche espaços não atendidos, nichos que as grandes editoras desprezam, despreocupadas em construir catálogos de qualidade a longo prazo' e motivados pela

---

<sup>5</sup> No original: los editores jóvenes entrevistados se clasifican a sí mismos como *independientes*. Todos usan ese paraguas buscando diferenciarse del *establishment editorial*

necessidade de obter margens de lucro crescentes. (URTEAGA, 2012, p. 35, tradução nossa)<sup>6</sup>

A partir de Urteaga (2012), Lalli e Schöndube (2012) compreendemos que os editores independentes podem focar em uma produção mais experimental e muitas vezes voltada para o seu gosto pessoal, também como uma forma de se conectar mais diretamente ao leitor, que também fará parte de um determinado grupo semelhante, com referências parecidas.

Essa complexidade crescente do mundo editorial pode advir da grande conectividade que o desenvolvimento tecnológico nos proporcionou. Atualmente, as pessoas podem entrar em contato e consumir os mais diversos tipos de conteúdo, sem estar necessariamente presas às fronteiras ou esperar um tipo de curadoria especializada. Assim, os consumidores estão evoluindo e o mercado como um todo também deve evoluir e se modificar, fato que muitas vezes não é acompanhado tão rapidamente por editoras tradicionais, que têm dificuldades intrínsecas aos seus modelos de negócio ou práticas de publicação para se inserir nesses novos meios ou se adaptar às alterações nas formas de consumo. Isso pode acarretar crises para empresas que têm um histórico já sedimentado no mercado, então vemos que segundo Bourdieu (2008, p. 92)

[...] impor ao mercado, em determinado momento, um novo produtor, um novo produto e um novo sistema de preferências, é fazer deslizar para o passado o conjunto dos produtores, dos produtos e dos sistemas de preferências hierarquizadas sob a relação do grau de legitimidade adquirida.

Neste sentido, vemos nos últimos anos o crescimento de publicações de *ebooks* através da plataforma de livros da Amazon, que proporciona a facilidade do autor produzir e hospedar seus livros de uma maneira muito simples. Desta forma, autores iniciantes com respaldo ou sem acompanhamento de editoras, utilizam da internet para divulgar seus trabalhos e começar a construir um público leitor. Algo que vai ao encontro das práticas encontradas no projeto Divulga Nacional do *Twitter*. No entanto, isso acarreta também outras questões e precarizações para esses autores que estão totalmente ligados à Amazon, suas práticas de publicação e pagamento dos direitos autorais. Os próprios autores precisam divulgar suas obras, para assim, conseguir obter um retorno financeiro que ainda é baixo. Ficam cada vez mais dependentes de uma estrutura de reconhecimento e produção de conteúdo de rápido consumo da internet, sendo

---

<sup>6</sup> No original: los editores jóvenes apuestan por sus proyectos independientes por la 'insatisfacción con lo que ofrece el mercado' y porque están convencidos de que su propuesta 'llena espacios no atendidos, nichos que desdeñan las grandes editoriales, despreocupadas por la construcción de catálogos de calidad a largo plazo' y motivados por la necesidad de obtener márgenes de ganancia crecientes.

assim, procuram obter conteúdos “virais” em outras redes sociais que vão direcionar público suficiente para consumir estas publicações.

Há, em certa medida, uma valorização da produção em pequena escala, com editoras que não procuram avançar para um sistema mais corporativo “porque acham mais interessante continuar pertencendo a seus grupos originários (e às vezes precisam disso para manter seu poder) do que exercer a ostentação a que a sua prosperidade o impulsiona” (CANCLINI, 2008, p. 65). Nesse contexto, Canclini (2008) se refere a atores que ganham notoriedade no meio e permanecem lá por não querer se distanciar das características que os fizeram crescer em um primeiro momento. Podemos inferir noções semelhantes aos produtores independentes, em que muitos enfaticamente clamam sua posição diversa ao mercado, como Thompson apresenta através da fala de um de seus entrevistados, “[...] ‘Em nenhum desses livros, está escrito best seller, e tenho orgulho disso. Para mim, é uma questão elementar; adoro isso; preciso disso porque mostra que ainda estou no jogo pelos motivos que me levaram a entrar nele’ ” (THOMPSON, 2013, p. 176).

### 2.3 ESTADO DO CONHECIMENTO

Como forma de discorrer sobre o contexto em que esta pesquisa se insere e trazer algumas formas em que o movimento independente é discutido atualmente, apresentamos o debate embasado pelo Estado da Arte para podermos acrescentar nossa perspectiva em relação às discussões propostas. No decorrer desta estruturação, encontramos trabalhos de diversas perspectivas desenvolvidos nos institutos de pesquisa e universidades do Brasil que conversam fortemente com o que procuramos desenvolver neste trabalho.

Desta forma, procuramos utilizar teorias, ideias e trabalhos apresentados por estes pesquisadores em conjunto com o que foi descoberto por meio da nossa metodologia de pesquisa, desde as categorizações de produtores obtidas através dos questionários até a concepção das entrevistas. Sendo assim, buscamos relacionar nossas indagações e achados com os resultados apresentados por estes autores em seus trabalhos acadêmicos como forma de unir e incentivar cada vez mais o uso e desenvolvimento da pesquisa brasileira. Compreendemos que o estado de conhecimento do campo editorial é construído a partir da iniciativa e excelência que as pessoas pesquisadoras, professores e estudantes de iniciação científica produzem diariamente em nossas universidades.

Na tese *Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)*, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, o autor José de Souza Muniz Jr

(2016) explora as publicações “independentes” em um âmbito transnacional, em que debate elementos desses dois mercados, suas formas de produção, circulação e atores nele inseridos. Inicialmente apresenta um debate sobre o que é ser “independente” e suas etimologias, assim, para o autor

[...] a produção cultural independente será concebida como aquela que está fora – ora por escolha, ora por condição – dos circuitos e mercados massivos; que não adota as lógicas dos grandes conglomerados de cultura e mídia; que se identifica com métodos artesanais de produção, com o experimentalismo estético e/ou com discursividades dissonantes, alternativas, contra-hegemônicas. Ao mesmo tempo que se opõe implicitamente ao dependente (ou seja, aos agentes e às práticas culturais subordinados a tais lógicas), esse produtor se definirá a contrapelo de certos carrascos da dependência — o mercado, o mainstream, as empresas privadas, os grandes conglomerados, as instâncias públicas etc. que controlam a produção, a circulação e a consagração dos bens simbólicos (MUNIZ JR, 2016, p. 12).

Nota-se então que o termo é carregado de significados, conotações intelectuais e políticas inseridas em um campo da cultura, tanto no Brasil como na Argentina — países latino-americanos que possuem produção considerável. O autor procura então “entender as condições nas quais o ‘independente’(re)emerge como critério de hierarquização do espaço editorial brasileiro e argentino” (MUNIZ JR, 2016, p. 14).

Para delimitar o corpo de sua pesquisa o autor optou por, posteriormente, passar de uma análise específica de livros, para um universo ampliado de publicações (MUNIZ JR, 2016, p. 15), já que o setor editorial considerado “independente” não se mantém unicamente com a comercialização de livros, mas diversos tipos de publicações. E essas diferenças nas configurações deste mercado que inspira o título da tese.

De um lado, estão os editores “girafa”, empresários culturais que “mantêm a cabeça no alto e os pés no chão”, denotando sua pretensão dupla de intervenção cultural e êxito empresarial/comercial. Do outro lado, estão os editores “bonsai”, expressão com a qual alguns editores “girafa” se referem – não raro pejorativamente – àqueles microempreendimentos editoriais que “requerem muitos cuidados e estão fadados a não crescer nunca”. Os dois grupos, que possuem também nuanças internas, diferenciam-se entre si tanto por seus “estilos de presença” no espaço editorial como por suas características morfológicas (MUNIZ JR, 2016, p. 15).

Muniz Jr. realiza uma análise comparativa entre as duas realidades do campo editorial nos dois países, desse modo, definindo capitais editoriais: Buenos Aires, São Paulo e Rio de Janeiro. Se aprofunda então nas questões teóricas e analíticas relacionadas ao “independente”, sentidos e evolução do termo, como os debates sobre o independente começam a se construir no nível transnacional entre os dois países. Também se detêm na importância das feiras, inicialmente sobre as feiras do livro, mas também sobre as feiras especificamente independentes

que, segundo o autor, começam a se proliferar a partir dos anos 2000, especialmente em Buenos Aires e São Paulo.

Julia Contreiras (2019) em sua dissertação *Experimentação gráfica em projetos de livros artesanais* o apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, procura pesquisar sobre os livros artesanais elaborados no Brasil, principalmente por designers gráficos, e, também, apresenta uma parte experimental prática. De maneira similar ao que traz o trabalho de Muniz Jr., a autora propõe uma retomada na produção e consumo de publicações alternativas no Brasil, especialmente em São Paulo. Aponta também o quão recente é esse movimento:

Atualmente, em diversas cidades do Brasil, e principalmente na cidade de São Paulo, observa-se a valorização e retomada das técnicas artesanais de impressão e encadernação por parte de designers, artistas, escritores e editores na produção de publicações independentes. Este movimento ainda é algo recente, mas que pode apontar para uma maior valorização do processo de projetar e de um olhar mais cuidadoso e criativo para a criação do livro nas suas mais variadas formas e áreas temáticas (CONTREIRAS, 2019, p. 15).

A autora ressalta também a importância das feiras gráficas neste cenário, mencionando Feira Plana, Tijuana, Miolo(s) como eventos que estimulam e divulgam essas produções independentes, mas que além dessas situadas em São Paulo, muitas outras cidades como Belo Horizonte, Salvador, Rio de Janeiro e Porto Alegre, também apresentam um número substancial de feiras gráficas. Além de especificamente promover esse espaço de comercialização, as feiras também passam a criar e promover um conhecimento coletivo para o público do que são essas publicações independentes que também passam a ter espaço em instituições e eventos, tanto públicos como privados (CONTREIRAS, 2019, p. 92).

Marília de Araújo Barcellos (2006), com um olhar dedicado às pequenas e médias editoras, aponta que editores se inserem no mercado independente para ter para si significações atreladas a prática, como “prestígio, livros bem produzidos, especializados etc. ou ainda por ter participado inicialmente de algumas das atividades inovadoras específicas destes pequenos e médios editores — como a Primavera dos Livros, por exemplo” (BARCELLOS, 2006, p. 103). A autora apresenta a classificação de pequenas e médias editoras a partir de uma autoclassificação dos próprios editores, que pode ser corroborada por características como faturamento, número de funcionários, etc. A pesquisadora traz a teoria de Pierre Bourdieu para ponderar a sobrevivência das editoras no mercado, em como é necessário “uma busca constante de posição em meio a algum ponto de equilíbrio entre esses dois capitais: o financeiro e o de bens simbólicos no sistema literário” (BARCELLOS, 2006, p. 104). Essa presença das

pequenas e médias editoras também é muito influenciada pelos movimentos do mercado, em alguns momentos de aquecimento com maior produção e outros momentos de dificuldade em que são necessários maiores descontos para escoamento dos livros.

Nesta perspectiva, cabe lembrar que o mercado editorial também se molda pelas possibilidades de publicação autoral desvinculadas da existência de uma editora. Na dissertação *Autoedição assistida: estudo de casos de práticas editoriais orientadas à publicação autoral própria ou terceirizada no Brasil* apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Leandro Müller (2017) discorre sobre o mercado editorial brasileiro, especificamente, sobre a auto publicação. Ele cunha o termo “autoedição assistida” como a prática de publicação executada pelo próprio autor independente, problematiza durante o texto em quais níveis de autonomia seriam necessários para realmente se encaixar nessa categoria. O autor apresenta o crescimento vertiginoso no número de publicações de livros no Brasil e no mundo, concomitantemente à crise do mercado editorial no país. A autoedição, se insere nesse mercado como modelo de negócios, em que com o advento da internet, as possibilidades de publicação e distribuição das obras se ampliam.

Em seu trabalho de conclusão de curso em Comunicação Social — Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria, Fabio Rücker Brust (2014) apresenta *A prática da autopublicação: o papel do autor-editor e as novas possibilidades de publicação* e expõe “um panorama da atuação de dois importantes atores envolvidos na cadeia produtiva do livro, autor e editor, e a mescla ocorrida a partir do advento e crescimento da prática da autopublicação, tanto em sua forma tradicional quanto digital” (BRUST, 2014, p. 5). Para Brust, a evolução digital altera com o tempo não somente as maneiras de trabalho do editor, mas também a forma de criação do autor. A atual estruturação de grandes editoras, com a cobrança por vendas, em achar o “próximo *best-seller*”, faz com que muitas vezes “as editoras não forneçam espaço para autores iniciantes, mesmo que possivelmente haja espaço para eles no mercado editorial” (BRUST, 2014, p. 27). Ou seja, em detrimento de vendas maiores, grandes editoras podem deixar de contratar autores que poderiam ter seu espaço no mercado editorial mesmo que tenham leitores dispostos a ouvi-lo.

Carolina Motter Pizoni (2016), em seu trabalho de conclusão de curso em Comunicação Social — Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria, *O editor como parte da nova cadeia de publicação: uma experiência de autopublicação*, traz uma interpretação próxima a de Müller (2017), já que Pizoni realizou sua pesquisa em seis plataformas de autopublicação.. Além disso, aponta a dificuldade de entrar no mercado editorial tradicional como um dos fatores determinantes para que os autores procurem a autopublicação. Entre as

plataformas pesquisadas, destacamos o *Kindle Direct Publishing* (KDP), plataforma da Amazon para a publicação online. Como vantagem do serviço, o KDP apresenta “publicação de livros somente em formato digital, oferecendo um criador de capas online, com 10 modelos padrão modificáveis e banco de imagens próprio com uso livre para seus utilizadores” (MOTTER, 2016, p. 37).

O trabalho *Cultura Independente: conceitos e práticas dos jogos digitais indies* apresentado ao Programa de Pós Graduação de Design da Universidade Federal de Pernambuco de 2015, a autora Cecília Da Fonte Alves discorre sobre a cultura independente com foco em jogos digitais indies e procura entender como essa independência está presente no setor e como se conceitua (ALVES, 2015, p. 11). Apresenta também uma evolução histórica dos movimentos independentes e como através dos anos em algum momento sempre ocorre uma aproximação com a grande indústria que fragiliza esses movimentos, mas que acabam se reinventando e tomam força novamente. Um exemplo exposto pela autora é o

[...] movimento Punk, fenômenos representativos que geraram diversas atividades de cunho alternativo e que até hoje continuam estimulando expressões culturais mais autônomas em relação às estruturas mainstream. Além disto, analisaremos a produção de zines veículos de comunicação independentes de grande importância para as comunidades indies (ALVES, 2015, p. 12).

Alves contextualiza o termo independente, desde seu significado léxico até a ideia de um material que é desenvolvido de maneira autônoma, com bens próprios (ALVES, 2015 p. 14). Discussão semelhante da proposta de Müller (2017) na dissertação mencionada anteriormente sobre qual grau de financiamento seria ainda considerada uma publicação independente. É mencionado também a ideia de produção independente ou indie como algo contrário ao *mainstream* que, segundo a autora, seria interpretado como “[...] principal corrente, está associado à cultura dominante e à produção de massa. Refere-se a um meio ou um conteúdo que é popular [...] está inserido na lógica capitalista e interligado aos grandes meios de comunicação” (ALVES, 2015 p. 14).

Alves corrobora com Perdercini (2012) para contextualizar essa problematização para com o termo independente:

Diante de toda a problemática que cerca a conceituação de independência cultural, Perdercini propõe uma maneira de lidar com esse tema. O autor explica que considera o termo indie como um gradiente infinito [...] no qual há inúmeros graus de dependência em relação ao capital. Ele argumenta também que não existe independência absoluta, já que o modelo de produção da atualidade apresenta



dependências diversas como aquelas tecnológicas e infra-estruturais (ALVES, 2015, p. 17).

Apresenta, também, a visão de que ser “independente” é mais um caminho a seguir, algo que é modificado constantemente, é uma utopia de criação livre, mas que precisa ser checada constantemente. Como mencionado, diversos movimentos já estiveram em destaque como alternativos, independentes e de contracultura, vários acabaram sendo inseridos no *mainstream* ou na cultura das grandes indústrias, a cultura independente está sempre seguindo adiante.

Flávia Denise Pires de Magalhães (2018), na dissertação *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)* apresentada ao Programa de Pós Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, aponta um crescimento de feiras de publicações independentes em Belo Horizonte a partir de 2010. Passa então a identificar as principais feiras na cidade entre 2010 e 2017 e começa a acompanhar as feiras Faísca – Mercado Gráfico e Textura, para entender “as trocas de capitais simbólico, financeiro e cultural que ocorrem nessas feiras” (MAGALHÃES, 2018, p. 7). A autora apresenta também questionamentos sobre o termo independente, ela afirma que o termo é tão usado para definir diferentes práticas e atores do meio que acaba por se definir exatamente em sua inexistência (MAGALHÃES, 2018, p. 24). Sendo assim, Magalhães traz então Bourdieu para entender essas questões específicas do campo, de como os atores inseridos no meio se valem da acumulação de capitais, muitas vezes culturais ou simbólicos para classificar sua produção. Para a pesquisadora,

[...] qualquer tentativa de precisar o termo esbarra 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 (MAGALHÃES, 2018, p. 25).

Para uma definição do termo e para o estudo desse mercado são necessários recortes muitas vezes difíceis de serem identificados. Magalhães apresenta também uma ideia das relações entre autor, editor e um autor-editor, de como essa função usualmente tomada por pessoas diferentes, vêm sendo fundida em um único cargo, relação muito próxima ao pesquisado por Brust (2014).

A dissertação *Um mercado de peculiaridades: a Banca Tatuí e as estratégias de comércio e legitimação das casas editoriais do microcosmo gráfico-independente* de Samara Mírian Coutinho (2020) tem como foco “a comercialização de publicações de editores

independentes na Banca Tatuí, uma banca de jornais repaginada para tornar-se livraria no Bairro de Santa Cecília, na cidade de São Paulo” (COUTINHO, 2020, p. 12) que foi inaugurada em 2014 pela editora Lote 42. A autora aponta como a heterogeneidade do mercado independente apresenta um desafio para uma classificação definida e se utiliza de autores como Pierre Bourdieu e José Muniz Jr. “para entender como funciona o mercado dos bens simbólicos e o campo das publicações independentes, circunscritas neste trabalho no microcosmo gráfico-editorial” (COUTINHO, 2020, p. 12).

O debate sobre o termo “independente” é extenso e, na maior parte, com problemas para se encontrar uma definição universal, sem deixar partes do movimento de fora. Coutinho (2020, p. 47) afirma que “à vista disso, entendemos que não nos cabe definir quem é legitimamente independente, considerando que a heterogeneidade desse subcampo é intrínseca a tantas maneiras de se entender a independência”. Como forma de procurar uma caracterização mais específica do termo, a autora traz a definição proposta pela Aliança Internacional de Editores Independentes, um coletivo que conta com mais de 750 editoras independentes e está presente em 55 países no mundo. Na publicação da Aliança, “Declaração internacional de editores e editoras independentes de 2014, para juntos mantermos viva e fortalecermos a bibliodiversidade” o coletivo

O editor independente, conforme definido pelos editores da Aliança, é um editor de criação: por meio de suas escolhas editoriais, muitas vezes inovadoras, sua liberdade de expressão e pelos riscos editoriais e financeiros tomados, ele participa do debate de ideias, da emancipação e do desenvolvimento do pensamento crítico dos leitores. Portanto, ele é um ator importante da bibliodiversidade (ALIANÇA INTERNACIONAL DE EDITORES INDEPENDENTES, 2014).

Assim, a autora enxerga na Banca Tatuí uma porta de entrada para autores no mercado independente, que vai desde a presença e comercialização na banca até a participação em diversos eventos e atividades do meio e propõe algumas questões de como as mudanças inerentes ao movimento vão continuar, tanto em relação ao uso do termo independente, como nas práticas durante e pós pandemia do COVID-19.

Na dissertação *A Ilustração no Design Editorial: Visualidade das capas de livros no mercado independente brasileiro*, Maria Luísa Acioli Falcão de Alencar (2020, p.6) “investiga os processos de visualidade e visibilidade relativos a capas ilustradas de livros de Poesia publicados por editoras independentes”, aqui, mantereí o foco na discussão presente no trabalho sobre as publicações independentes. Próximo ao que Alves (2015) aponta, Alencar (2020) traz o contexto da produção de fanzines atrelado ao movimento punk dos anos 1970 e 1980 e ao grunge da década de 1990. A partir dessa contextualização, vemos como o movimento independente se pautou em um veículo alternativo para assuntos e temas que não teriam espaço

em uma grande mídia tradicional. Alencar (2020) utiliza o termo editor-produtor com uma definição semelhante ao que Magalhães (2018) e Brust (2014) utilizam ao falar do autor-editor, ou seja, como um ator que cuida de boa parte dos processos produtivos.

Alencar (2020) aponta também as diferenças existentes no mercado de publicações independentes, “começando pela figura do produtor independente mais ‘profissional’, que geralmente adota métodos comerciais, em sua forma semelhante aos praticados no mercado tradicional. Já o microprodutor possui caráter mais ‘amador’ e produção menor” (ALENCAR, 2020, p. 24). No primeiro grupo, a pesquisadora insere editoras de pequeno e médio porte que são mais estruturadas e que podem contar com a contratação de outros trabalhadores especializados em seus ofícios. Ela aponta que essa categoria já possui certo reconhecimento perante o mercado editorial participando de eventos de médio a grande porte que são distribuídos em livrarias especializadas, mas ainda assim marcam presença em feiras menores, “[...] são os ‘grandes grupos’ deste contexto, adotando uma visão capitalizada da produção ao pretender o êxito comercial, mas entendendo-o como meio para atingir a diversidade cultural, lutando em prol da disponibilização do livro e da pluralidade da leitura” (ALENCAR, 2020, p. 25). De certa forma, essa definição da pesquisadora se aproxima da discussão levantada por Barcellos (2006) sobre como alguns produtores — com uma maior estruturação de suas editoras — se inserem sobre o termo independente, às vezes por se alinharem a seus valores e por carregarem consigo certas características de reconhecimento.

O segundo grupo apontado pela autora é o dos microprodutores que usam principalmente as feiras gráficas como um momento de comercialização, mas também de encontro entre si. É nesse caso que se vê o editor-produtor, que concentra em si diversos aspectos do processo editorial. Assim, pode-se notar como a pequena produção “fortalece a parceria informal entre as editoras, possivelmente associando um meio de sobrevivência conjunta e apoio coletivo aos seus trabalhos editoriais. Isto torna mais comum a existência de colaborações criativas entre estes agentes” (ALENCAR, 2020, p. 25). Com uma equipe reduzida, as práticas da editora, como a tiragem dos livros é ainda menor do que em empreendimentos independentes maiores, também utilizam de artifícios manuais para a manufatura de seus produtos.

A partir dos trabalhos mencionados acima, podemos notar como cresce a pesquisa relacionada às publicações independentes, apresentamos aqui na Figura 3 em que procuramos sistematizar algumas informações encontradas nestes trabalhos, neste momento optamos por ordená-los através do ano de depósito.

Figura 3 - Sistematização do Estado do conhecimento

<b>Autoria</b>	<b>Título</b>	<b>Ano de depósito</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Autores principais</b>
Marília de Araújo Barcellos	O sistema literário brasileiro atual: Pequenas e médias editoras	2006	Estudos empíricos do <i>corpus</i> da tese, unindo teoria e prática	Pierre Bourdieu; Roger Chartier
Fabio Rücker Brust	A prática da autopublicação: o papel do autor-editor e as novas possibilidades de publicação	2014	Aplicação de questionários	Roger Chartier; André Schiffrin
Cecília Da Fonte Alves	Cultura Independente: conceitos e práticas dos jogos digitais indies	2015	Levantamento histórico de movimentos independentes;	Henrique Magalhães; Paolo Pedercini
José de Souza Muniz Jr.	Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)	2016	Análise comparativa das práticas do universo independente no cenário brasileiro e argentino.	Pierre Bourdieu; André Schiffrin
Carolina Motter Pizoni	O editor como parte da nova cadeia de publicação: uma experiência de autopublicação	2016	Análise de plataformas de autopublicação; questionário, experimentação na assessoria de um autor	Emanuel Araújo; Pierre Bourdieu
Leandro Müller	“Autoedição assistida: estudo de casos de práticas editoriais orientadas à publicação autoral própria ou terceirizada no Brasil	2017	Pesquisa bibliográfica; entrevistas em profundidade	Roger Chartier; Aníbal Bragança
Flávia Denise Pires de Magalhães	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)	2018	Levantamento bibliográfico; levantamento de feiras em Belo Horizonte; grupo focal; questionários; grupos focais	Pierre Bourdieu; Robert Darnton
Julia Contreiras	Experimentação gráfica em projetos de livros artesanais	2019	Revisão bibliográfica, consulta a originais, entrevistas; pesquisas de campo, produção prática	Cristiane Alcantara; Cecília Almeida Salles
Samara Mírian	“Um mercado de	2020	Mapeamento de editoras	Pierre Bourdieu;

Coutinho	peculiaridades: a Banca Tatuí e as estratégias de comércio e legitimação das casas editoriais do microcosmo gráfico-independente		independentes; entrevistas	José Muniz Jr.
----------	--	--	----------------------------	----------------

Fonte: Produzido pelo autor (2022)

Baseado no quadro apresentado acima, conseguimos notar algumas semelhanças em passos metodológicos e teorias utilizadas nos trabalhos que versam sobre as publicações independentes, bem como novas contribuições que também conversam entre si. Conseguimos através deste levantamento procurar inserir a presente pesquisa neste universo de maneira a contribuir com o diálogo já existente, em que procuramos adicionar a conversa através das escolhas e análises específicas que trazemos a seguir.

Por fim, irei mencionar alguns outros trabalhos que agregam temas e pesquisas relacionadas e que vejo com potencial de auxiliar ainda mais na estruturação da minha própria pesquisa. Na tese *Panis et Ars: artistas e gestores nas indústrias criativas* do Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio no Rio de Janeiro, Cristina Lyra Couto de Souza (2011) nota uma lacuna nos estudos organizacionais sobre as indústrias e trabalhos criativos, procura entender a indústria criativa através de seus principais atores, editores, produtores, etc. A tese se constrói por meio de pesquisas qualitativas e entrevistas em profundidade, para dar conta de como esses atores estão inseridos nas indústrias culturais.

A dissertação de Danielle Rosa Paull (2015) *História em Catálogos: Um Estudo da Política Editorial da Zahar de 2001 a 2014*, apresentada ao Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil — CPDOC, procura relacionar as políticas editoriais da editora Zahar em relação com a “independência” e defesa da bibliodiversidade, tema muito fomentado por duas instituições, a Aliança Internacional de Editores Independentes, e a Liga Brasileira de Editores — Libre. Para além da bibliodiversidade Paull (2015) aponta, que ser “independente” estava muito ligado a manutenção de valores importantes para a Zahar. Essa noção da independência como uma fonte de identificação e representação de valores para as instituições e produtores aparece repetidamente através de diversos trabalhos.

Em *A resistência política nos quadrinhos experimentais* apresentada ao Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo por Raquel Vitorelo (2019) fala sobre o mundo de quadrinhos experimentais que estão muito inseridos no mercado independente. Destaca como essas produções frequentemente

não têm espaço de circulação no mercado editorial formal, muitas vezes sem ISBN e que encontram lugar nos festivais e feiras de nicho.

Já na dissertação *Uso de Plataformas Online de Publicação Independente por Pesquisadores de Diferentes Áreas do Conhecimento* de José Antonio Rodrigues Viana (2017), apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro , explora como professores de universidades brasileiras utilizam plataformas online de publicação independente como forma de disseminar suas produções. Procura sistematizar as interações e produções desses atores na produção científica brasileira através de plataformas específicas e aborda as publicações por um viés pouco apresentado em outros trabalhos captados para o Estado da Arte.

### 3 PISTAS DO CAMPO

A pandemia da COVID-19 alterou nossas vidas de diversas formas, vimos muitas mudanças em nossos costumes, tarefas diárias e como desenvolvemos certas atividades. Não foi diferente para o mercado editorial, as publicações independentes e as pesquisas acadêmicas. Em um mundo em que boa parte das atividades presenciais que não eram classificadas como essenciais foram redirecionadas para nosso lar, o *home office*, muitas adaptações foram necessárias. Neste capítulo procuramos entender quais caminhos foram traçados pelas publicações editoriais independentes na pandemia, bem como explicar as direções tomadas pela presente pesquisa perante este cenário.

#### 3.1 ENTRADA NO CAMPO - PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE COMO PLATAFORMA DE URGÊNCIA

A feira Tijuana<sup>7</sup> é uma das maiores feiras de publicações independentes do Brasil, que conta também com edições internacionais — usualmente na Argentina — e foi uma grande fomentadora para a popularização do movimento de feiras no país. A partir disso, tornou-se referência para muitos publicadores, desde o espaço que a feira cria para a circulação de publicações independentes, bem como outros diversos projetos que fomenta em relação a essas práticas. Ao considerar tais pontos e a importância de feira Tijuana para as publicações independentes no Brasil, tomamos a decisão de inserir o projeto de tradução fomentado pela feira como uma primeira etapa exploratória do trabalho de aproximação do campo independente, condizente a proposta metodológica da netnografia.

Durante a pandemia (em 2020), sem a possibilidade de encontros presenciais e a realização da feira para além do digital, a Tijuana organizou grupos de leitura e tradução em conjunto com a plataforma par(ent)esis<sup>8</sup>. O processo é definido por eles como

encontros virtuais de aprofundamento do trabalho editorial independente, em que textos em português, espanhol e inglês são a base para debates sobre o quê, como, e porquê publicar. O exercício de leitura se estende ao de tradução colaborativa de escritos que trazem à tona a essência do ato de publicar de forma independente (FONSECA et al., 2021).

---

<sup>7</sup> A Feira Tijuana de Arte Impressa é a primeira feira de publicações e livros de artista organizada no Brasil, foi inaugurada em 2007 como uma iniciativa da Galeria Vermelho para dar espaço a publicações que não possuíam tanta possibilidade de inserção em lugares tradicionais de distribuição, especialmente livros de artista. Em 2009 foi realizada a primeira feira de publicações independentes, com artistas dedicados a publicações de edições especiais e livros de artista. Já em 2010 é criado o selo Edições Tijuana, para a publicação de livros de artista (TIJUANA, 2021).

<sup>8</sup> “É uma plataforma independente criada em 2006 por Regina Melim para pesquisar, produzir e publicar projetos artísticos e curatoriais no formato de publicações impressas” (PARENTESIS, 2021). Disponível em: <http://www.plataformaparentesis.com/>

O projeto contou com quatro traduções, assim, quatro grupos de leitura, com obras convertidas para o inglês e espanhol. A primeira tradução foi *Sabão* de Fabio Morais, sobre a história da publicação brasileira, em seguida um manual para autopublicação que foi inicialmente produzido pela Banca Carrocinha. Posteriormente, é adaptada a produção de *Tia Blassingame* que fragmenta o processo de produção independente em onze etapas e cria poemas para cada uma delas. O projeto é finalizado com um ensaio do editor mexicano Nicolás Pradilla que discorre sobre a política e a economia da publicação independente (FONSECA et al., 2021).

Tomei conhecimento que a Tijuana estava desenvolvendo esse projeto através do grupo *Calendário de feiras independentes e artes impressas* no *Facebook*, já mencionado anteriormente. As inscrições foram feitas através de um formulário online, a participação nos grupos era gratuita e foram aceitas pessoas de todos os níveis de fluência nos idiomas. Inicialmente, tive certo receio de participar do projeto devido ao fato de nunca ter trabalhado com tradução e não ter proximidade com o espanhol. Mas vi nesse momento uma boa oportunidade de entrar em contato com instituições importantes no meio das publicações independentes, conhecer outras pessoas inseridas nesse contexto e colaborar para uma divulgação ainda maior sobre o tema. Então, me inscrevi para o projeto de tradução do zine *Publicação Independente como Plataforma de Urgência*. O primeiro contato da Tijuana aconteceu em 14 de Setembro de 2020, com um *email* informado que eu estaria participando do grupo e trazendo informações introdutórias.

Foi apresentado o cronograma de atividades, para confirmação de disponibilidade, que consistiu em um primeiro encontro de uma hora para apresentar a publicação por Carol Incerti e Lucas Fontes, criadores da Banca Carrocinha e da primeira edição. Também, houve três encontros de duas horas para o desenvolvimento da tradução coletiva, com a possibilidade de adição de mais um ou dois encontros para finalização do trabalho. Ao decorrer do processo ocorreram alguns atrasos devido ao alargamento das discussões em alguns dias e foi adicionado mais um dia para a finalização das traduções. Já para finalização, houve um encontro de duas horas com o designer da Editora par(ent)esis para debater coletivamente sobre as ideias do projeto gráfico da versão traduzida.

Neste primeiro contato, também já foi explicado como seria a metodologia de tradução em grupo, inicialmente, a coordenação — formada pela Tijuana em conjunto com a Banca Carrocinha e a Editora par(ent)esis — havia definido que cada integrante do grupo seria responsável por um trecho do texto e em cada encontro seria realizada a revisão coletiva. O grupo contava também com a consultoria de Magui Testoni, uma falante nativa de espanhol e também organizadora da Feira Paraguay Arte Impreso, em Buenos Aires. No entanto, também



foi apresentada a possibilidade de realizar a tradução em duplas ou trios, assim, foram adicionadas três perguntas ao fim do *email* para organizar as preferências do grupo. Procuraram saber a predisposição de cada um em realizar o trabalho sozinho ou em grupo, o quão confortável estavam com a tradução do português para o espanhol tal qual com a metodologia proposta. Achei muito interessante a forma que as dinâmicas do grupo foram estruturadas, ter a possibilidade de dividir os trechos de tradução e revisar o texto com mais alguém foi de grande ajuda para encarar esse processo.

Todos os encontros foram realizados a partir do *software* de conferências *Zoom*, os *links* das reuniões, demais repasses e interações entre a Tijuana e os demais membros do grupo de tradução se deram sempre por *email*. Os textos originais que seriam trabalhados foram todos disponibilizados no *Google Drive*, as traduções deveriam ser realizadas com esta ferramenta, assim, todos poderiam acompanhar o processo, já a consultora em espanhol, Magui, também revisava e adicionava apontamentos em cada trecho. Havia trechos coletivos divididos em três listas que eram pontos de distribuição, feiras gráficas e centros culturais. No texto original, as listas estavam voltadas para o contexto específico do Rio de Janeiro e, para a tradução, o objetivo era adaptar esses dados para dar conta de espaços da publicação independente em toda a América Latina.

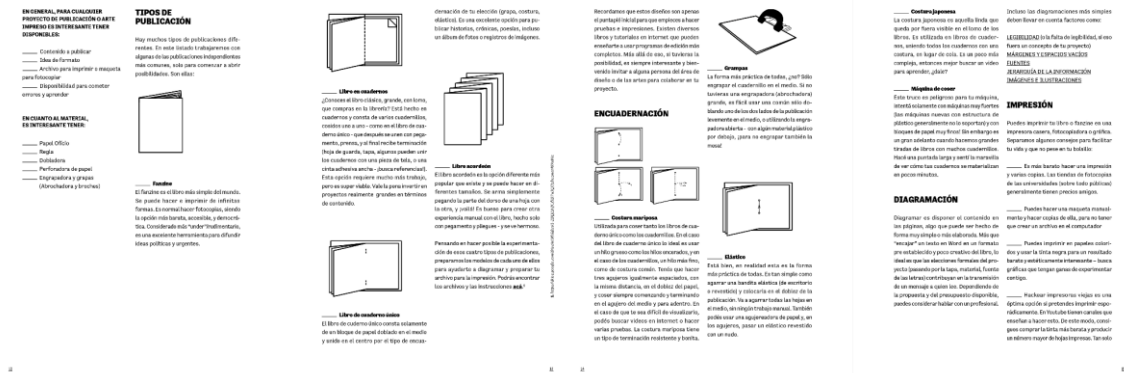
A duração das reuniões eram divididas igualmente, com início de meia hora de para a apresentação e discussão de cada trecho apresentado pelo participante responsável. As reuniões eram gravadas e disponibilizadas em uma pasta do *Google Drive*, para aqueles que não pudessem participar, posteriormente pudessem acessar o material e ficar atualizados nas discussões desenvolvidas. Os encontros foram realizados sempre no período da noite, momento em que a maior parte das pessoas usualmente tem livre, eles eram coordenados pela Ana Luiza Fonseca da Tijuana, sempre com sentido de abertura e colaboração para ideias e apontamentos de todos os participantes.

Foi comum nesse período, por meio dos *emails*, a troca de recursos entre os participantes que pudessem auxiliar no processo de tradução, como, por exemplo, guias de linguagem inclusiva, prática que foi utilizada durante o projeto. Mas também, dicionários com termos em contexto, ferramentas para verificação de gramática e materiais que pudessem ajudar na definição de termos específicos e materialidade da publicação em espanhol.

O último encontro foi realizado em 23 de Outubro de 2020, totalizando todo o processo de tradução coletiva em pouco mais de um mês, com a presença de Regina Melim e Pedro Franz da Editora par(ent)esis na conversa sobre o projeto gráfico. No dia 4 de Agosto de 2021 a zine *Publicación Independiente como Plataforma de Urgencia* (Figura 4) foi disponibilizada no site

repositório do trabalho desenvolvido nos grupos de leitura e tradução sobre o trabalho editorial independente<sup>9</sup>, tanto no formato de leitura *online*, como em um arquivo que pode ser impresso para que cada pessoa construa a sua versão da obra.

Figura 4 - Páginas duplas do zine Publicación Independiente como Plataforma de Urgencia



Fonte: Publicación Independiente como Plataforma de Urgencia (2021)

Por ter acontecido ainda em uma fase bastante inicial da pesquisa, participar destes encontros foi um bom momento de descoberta e contatos com diferentes atores do campo independente tanto do Brasil como de América Latina. Passar pelo processo organizado pela Tijuana Edições, que já era referência para o projeto através das feiras, juntamente a banca Carrocinha e editora Parentesis, e tendo o contato com os outros participantes também de alguma forma ligados às publicações independentes, teve uma grande contribuição para essa etapa do processo. Neste momento pude ver diferentes facetas, práticas e ideias presentes nos processos de publicações independentes, como várias pessoas tinham ideias diferentes sobre este fazer e também relacionado ao processo de tradução como outros lugares enxergam a veia prática do independente. A partir daqui já pude começar o desenvolvimento de vários questionamentos que estariam presentes na etapa seguinte dos questionários e que acompanhou o restante da discussão proposta também. Os sentidos de colaboração e participação em torno de algo comum repercutem como prática nos modos de produção independente.

<sup>9</sup> <https://leituraetraducao.com.br/>

### 3.2 EXPLORAÇÃO DO CAMPO - APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS

A partir das respostas obtidas pelo questionário enviado aos publicadores, podemos começar a ter uma ideia de como esse mercado editorial independente brasileiro se configura segundo os próprios atores sociais nele inseridos. Como apresenta a Figura 5, podemos notar diversas instâncias que rodeiam o mercado editorial independente, com uma configuração geral, talvez, próxima às do mercado editorial convencional. No entanto, ao analisar os itens específicos, é possível notar suas diferenças e singularidades, de como a publicação independente no país precisa procurar rotas alternativas para subsistência. Desde financiamentos coletivos, associações entre diversos publicadores, uma comercialização distante da distribuição em massa, até a submissão a um retorno ínfimo por parte de grandes empresas que viabilizam a publicação. Essa é uma análise exploratória, mas que já apresenta questões importantes do contexto editorial independente do país.

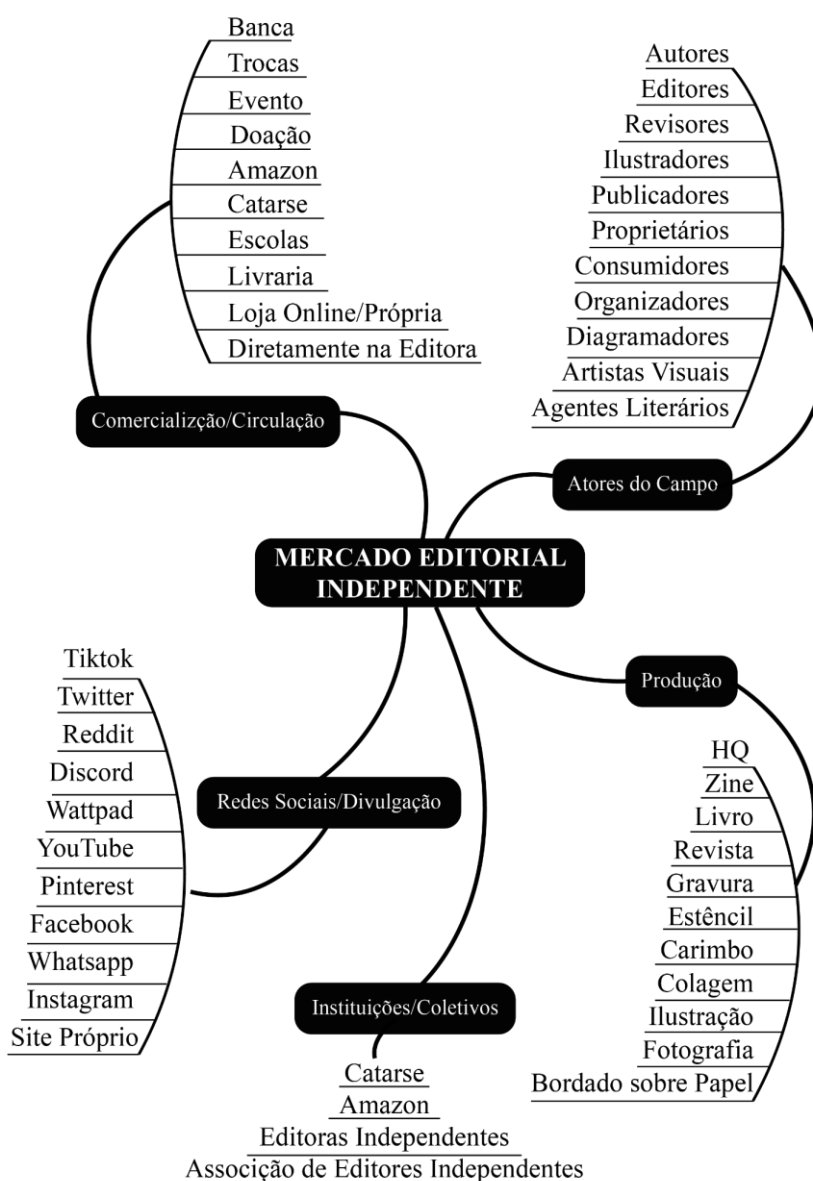
Primeiramente, optamos por apresentar um eixo de Comercialização/Circulação como forma de incluir os diferentes meios que os publicadores independentes utilizam para disponibilizar suas obras ao público. Desta forma, temos neste mesmo eixo diferentes tipos de práticas presentes, desde maneiras de vendas até lugares de distribuição como eventos e através de doações, decidimos manter essa pluralidade, já que esses dados captados através do questionário apresentavam essa realidade. Algumas plataformas como a Amazon e o Catarse, por exemplo, podem ser apropriadas e utilizadas de diferentes formas, assim, consideramos o que foi apresentado pelos publicadores como critério.

O eixo seguinte, Atores do Campo apresenta todas as diferentes atividades desenvolvidas pelos produtores independentes, como boa parte das pessoas envolvidas no desenvolvimento deste tipo de publicação toma conta de quase todo o processo editorial, diversas pessoas apontaram exercer mais de uma atividade. Apresentamos aqui o compilado de todas as funções indicadas nos questionários que tenham aparecido ao menos uma vez, podemos notar a grande diversidade de atividades relacionadas, fato que se traduz na pluralidade presente no mercado editorial independente.

O eixo de produção apresenta alguns dos formatos utilizados pelos publicadores em suas obras, de encontro a pluralidade de funções tomadas pelos publicadores, vemos uma variedade expressiva nas diferentes formas de produção utilizadas, algumas mais próximas do que vemos como uma editoração tradicional e outras que conseguem utilizar das especificidades da produção independente para uma maior experimentação de formatos, temas, tiragens, etc.

Apresentamos também um eixo de Redes Sociais/Divulgação para explorar quais os meios pelos quais os publicadores independentes divulgam suas obras, desde, como já mencionado, redes sociais, site próprio até fóruns. São diversos os meios e usos que os publicadores utilizam para a disseminação dos seus trabalhos. E por último temos o eixo de Instituições/Coletivos que fala tanto das formas de publicação utilizados, através do Catarse e Amazon, como das maneiras de organização dos produtores em Editoras Independentes ou Associações.

Figura 5 – Configurações do Mercado Editorial Independente



Fonte: Produzida pelo autor (2021)

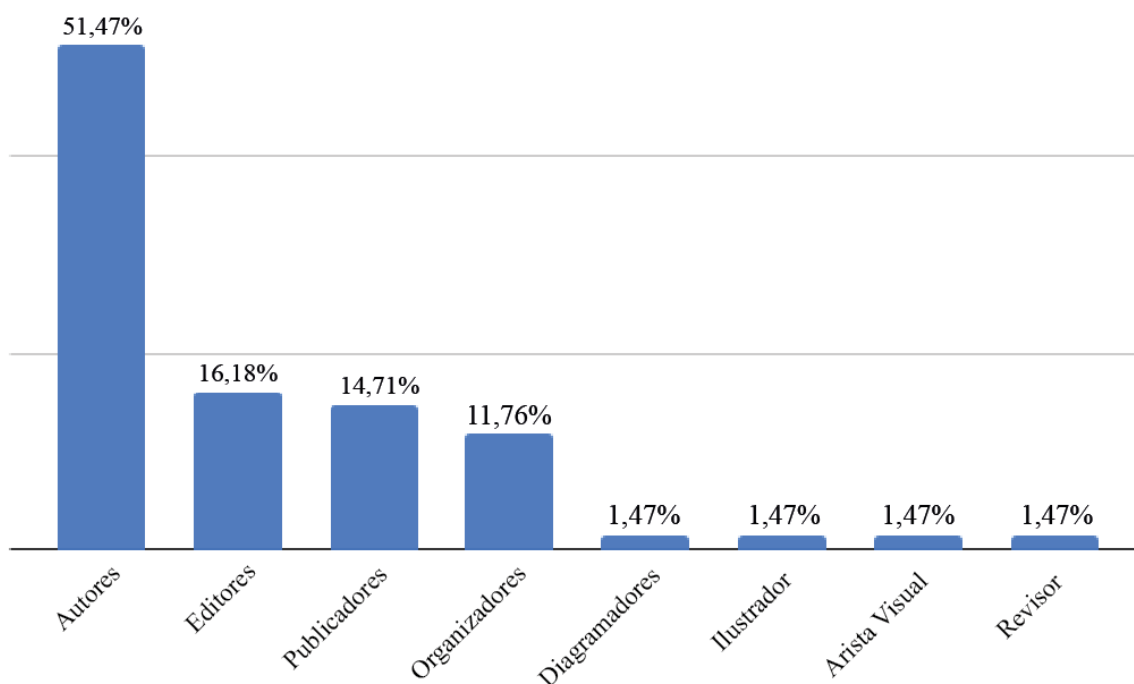
Nesta etapa de coleta de dados, estruturamos o questionário (APÊNDICE A) enviado às editoras, aos coletivos e aos publicadores independentes para que pudéssemos entender tanto as configurações de suas práticas, como também ter uma visão inicial dos respondentes sobre o mercado editorial independente. Procuramos dar espaço para que os produtores pudessem expressar de quais formas a pandemia os havia afetado, depois desse tempo, o que levariam consigo e também o que pensavam para o futuro do mercado editorial independente.

Para tanto, organizamos as perguntas em seis blocos, primeiramente nos apresentamos, bem como o trabalho de dissertação e para que o questionário serviria. Em seguida, trazemos o primeiro bloco, o de identificação, em que é feito um levantamento de informações gerais, porém bem importantes para mensurar o mercado independente no Brasil. Seguimos com o segundo bloco de publicações independentes, para entender melhor as motivações de estar neste nicho e explorar um pouco mais a estrutura da editora, se o respondente a define como pequena ou grande porte, número de pessoas que fazem parte, etc.

O próximo tópico abordado foi sobre a produção, em que procuramos explorar mais pontos específicos sobre os materiais publicados pelas editoras, desde formato, gênero, quantidade de publicações ao ano, formas de comercialização e também se teriam contato com feiras gráficas. Em seguida, indagamos sobre a situação dos publicadores na pandemia, como a paralisação de atividades presenciais afetou sua editora, qual era sua relação com o digital antes da pandemia, como ela está neste momento e quais considerações poderiam ser feitas sobre este período. Como um breve encerramento, questionamos o que os editores esperavam de um pós-pandemia e deixamos um espaço aberto para apontamentos adicionais. O último bloco servia como indicativo de quais editores estariam disponíveis para participar das entrevistas, deixando seu contato, caso não tivessem interesse ou disponibilidade, era possível responder o questionário de forma anônima.

Na Figura 6 incluímos uma representação visual das configurações do mercado editorial independente a partir das respostas obtidas através do questionário. Neste momento, iremos desmembrar alguns dos pontos de destaque ali presentes e explorar mais alguns aspectos específicos referentes a essa estrutura geral. Como mencionado anteriormente, boa parte das editoras independentes possui uma estrutura de pequeno a médio porte (BARCELLOS, 2006), das doze editoras que responderam ao questionário, sete responderam que consideravam sua empresa de pequeno porte e cinco como de médio porte, mas ainda mais próximo do nível menor. Esse tipo de empreendimento na maior parte das vezes concentra diversas funções em uma única pessoa.

Figura 6 - Funções exercidas pelos respondentes



Fonte: autor

Na Figura 6 vemos as funções exercidas pelos respondentes dos questionários para ter uma ideia total de representatividade dessas funções. Vemos que os autores predominam entre as respostas, com 51,47%. Ao relacionar este número com as seguintes respostas do questionário, entende-se que isso se deve ao grande volume de pessoas que passaram a publicar seus livros pela plataforma da Amazon. São pessoas que escrevem e organizam suas publicações em maior parte sozinhas, e, às vezes, contratam alguém para fazer alguma etapa do processo editorial como revisão, capa, diagramação, etc. Ainda, é possível notar que o número de autores cresceu muito durante a pandemia, provavelmente devido ao crescimento e divulgação de diferentes plataformas digitais de publicação.

Editores e publicadores aparecem logo em seguida com 16,18% e 14,71% respectivamente, apareceram também questionamentos sobre o que era considerado um publicador para a pesquisa, mas neste momento procuramos mesmo ver como os respondentes iriam se autointitular. As duas funções parecem estar bem próximas em definição para boa parte dos respondentes e também estão relacionadas muito mais a um perfil de publicadores que já tinham experiências em publicações anteriores ou que participavam de pequenas editoras.

A partir destes resultados podemos inferir uma problematização inicial sobre as significações atreladas às duas funções, quais seriam realmente as diferenças entre editores e publicadores? E por que tantas pessoas passaram a adotar o termo publicador para se definir quando existe uma grande tradição da figura do editor? São questionamentos que vemos muito

pertinentes ao tema e que merecem futuro desenvolvimento através de outras produções com um olhar mais específico. Já os organizadores, que aparecem em seguida, são compostos por pessoas que já organizaram alguma feira ou evento relacionado ao meio de publicações independentes, não muito atrás dos editores e publicadores, essas três funções parecem se mesclar.

Como mencionado anteriormente, apresentamos as funções dos respondentes para uma primeira análise e apreciação do cenário independente, a partir daqui, vamos trazer como essas diferentes funções foram sinalizadas de maneira conjunta. Por exemplo, de autores que são também organizadores, editores, etc., e iremos relacionar esses dados obtidos da nossa pesquisa com as categorias apresentadas no Estado da Arte por outros trabalhos desenvolvidos na ciência brasileira. Tomamos essa opção com o objetivo de fortalecer e sistematizar dados e categorizações já presentes e desenvolvidos correlacionando-os com nossos próprios achados, desta forma, buscamos fomentar uma teoria relacionada ao estudo das publicações independentes.

A maior categoria continua com a dos autores, muito pelas razões já mencionadas anteriormente em relação às publicações digitais, frequentemente, essas pessoas também tomam conta da maior parte dos processos da publicação, talvez até exercendo funções de editor, mas levamos em conta, neste momento, a autodeclaração de cada respondente. Em seguida, a segunda maior taxa de resposta, eram de autores que tomavam para si também o papel de editor, prática que vai muito ao encontro das definições de autor-editor (BRUST, 2014; MAGALHÃES, 2018). Por isso os reunimos sob essa categoria —de uma pessoa que é o autor e também faz todo o trabalho de edição das suas obras dentro da editora de autopublicação ou até mesmo por conta própria.

Como terceira categoria, aparece o editor, figura extremamente necessária nas editoras e que supervisiona os processos, é o cargo que tem uma maior justaposição com as práticas do mercado tradicional. Existem também, perante as respostas, autores que são responsáveis por boa parte dos processos editoriais necessários para essas publicações, aglutinando quase todas as funções, menos a de autor, e, muitas vezes, chegando a fabricar os livros de forma manual, práticas que são muito próximas da definição de editor-produtor (ALENCAR, 2020).

Questionamos como eles definiriam as publicações independentes, uma pergunta muito complexa e que inspira tantas discussões e diferentes concepções, fatores que podemos ver através da pluralidade de respostas obtidas. Uma das ideias mais difundidas sobre as publicações independentes, presente no questionário, é a do desenvolvimento das obras sem o

suporte de instituições de grande porte, sejam elas quais forem. Como podemos ver no trecho de uma das respostas:

independente significa no mínimo não pender, não necessitar de algo, quer seja uma instituição ou mercado, ou estado, ou mesmo paradigma literário. É a autonomia quanto ao modo de publicação hegemônico, é um fazer artístico suportado por um desejo, por uma militância, etc (RESPONDENTE 49, 2022, informação textual).

Em concordância com o trecho apresentado acima, muitas outras respostas apresentavam concepções semelhantes, de que publicações independentes seriam desenvolvidas sem vínculo com grandes editoras e não querem esperar elas “acharem que seus textos são comerciais o suficiente para publicar e acreditam em seus sonhos” (RESPONDENTE 30, 2022, informação textual). Fatores como a liberdade artística do autor, controle sobre todo o processo parece ser muito importantes. Algumas respostas mencionaram que seria um modo de publicação em que o autor precisava pagar por tudo, com recursos próprios ou financiamento, usar de meio de comercialização e distribuição alternativos, etc.

Como foi demonstrado no decorrer do trabalho, as definições e as práticas das publicações independentes não são bem definidas, elas são múltiplas e em constante evolução. A partir do início da pandemia e distanciamento social, muitas dessas práticas tiveram que ser adaptadas — mudanças para que pudéssemos conviver em segurança — e uma grande parte disso foi o desenvolvimento das atividades *online*. Para sondar quais os possíveis impactos destas modificações às publicações independentes propusemos perguntas relacionadas às práticas dos respondentes. Foi possível constatar que boa parte deles já publicaram obras por meios digitais, no entanto, 34% dos respondentes só divulgavam seus materiais de maneira impressa. Após esse período, com mais de um ano e meio de pandemia e distanciamento social, 22% deles aderiram às publicações digitais, excluindo pessoas que passaram a publicar após o início da pandemia ou já publicaram nos dois formatos anteriormente.

Assim, é possível inferir que este período estimulou ainda mais um processo que já vinha ocorrendo, de uma inserção nas publicações digitais por produtores e editoras independentes que ainda contava unicamente com o impresso. Bem como o aumento de novos autores independentes que surgem muito focados em produzir diretamente para as plataformas digitais, tomando conta de diversos processos da publicação e se inserindo em um mercado, muitas vezes, desconhecido com o desejo de encontrar pessoas dispostas a apreciar a escrita, a história e todos os sentimentos condensados na criação de um livro.



## 4 SER INDEPENDENTE

Para explorar os significados de ser independente procuramos trazer as vozes dos próprios produtores que fazem parte do mercado editorial e estão diariamente inseridos nesta realidade. Mihal, Szpilbarg e Ribeiro (2021, p. 4) apresentam uma definição de independência editorial como uma “espécie de ‘zona’, na qual são pressupostos projetos editoriais de escala pequena ou média, de capital nacional, os quais dão ênfase ao cuidado com os catálogos e às propostas editoriais em muitos casos inovadoras, do estético ao temático”. Iremos aqui explorar estas diferentes facetas do independente presentes nas práticas dos diversos publicadores entrevistados.

Partimos de nossos primeiros passos metodológicos para estruturar como seria a melhor forma de estabelecer este contato com os diferentes atores do mercado independente, para maximizar a representatividade das diferentes instâncias que encontramos no decorrer de pesquisa. Assim, em seguida iremos discorrer sobre o processo das entrevistas e uma breve descrição das percepções, atividades de cada informante.

### 4.1 ENTREVISTAS

Iniciamos por estruturar um roteiro de perguntas (APÊNDICE B) que pudesse servir como base de conversa nas entrevistas, mas também navegado e adaptado conforme as respostas e interesses do entrevistado. A entrevista apontava questões mais gerais do mercado editorial, publicações independentes e a pandemia para, enfim, perguntas específicas sobre o publicador/editora. Com o objetivo de compreender as práticas de quem realmente atua no mercado e as motivações para desenvolver o trabalho. Primeiramente, foi realizada uma entrevista piloto com a artista visual Renata Dias Maciel, a escolha se deu devido ao envolvimento da artista com publicações independentes e feiras gráficas em Santa Maria, bem como uma proximidade com o curso de Produção Editorial e colaborações anteriores. Como nas entrevistas seguintes não foram realizadas grandes mudanças do roteiro utilizado neste momento e pela relevância da fala de Renata, optamos por manter a entrevista piloto com as demais. Procuramos ter uma primeira ideia de como as perguntas se adequam ao estudo, o que poderia ser modificado ou retirado, para assim, prosseguir com as demais entrevistas.

#### 4.1.1 Renata Dias Maciel - Artista Visual

Renata<sup>10</sup> aponta ter os primeiros contatos com as publicações independentes por volta de 2014 em Florianópolis por meio de um armazém de publicações independentes e artes, sendo a primeira participação em uma feira. Diferente das práticas atuais, em que cada publicador está presente nas feiras e expõe seu trabalho, naquele momento, os produtores enviavam seus materiais para serem comercializados pelos organizadores. No ano seguinte, em 2015, a artista teve sua primeira experiência participando de uma feira como expositora, tendo uma banca e participando presencialmente, comercializando sua produção.

Quando eu vi o universo das publicações independentes, a arte gráfica, eu fiquei assim, enlouquecida e também o público ali para mim é o mais especial. Nossa! que universo, né? Eu não conhecia esse universo. Então junto com as artes gráficas, que é o meu caso, eram as publicações independentes. Assim, ali tinha de um tudo, sabe, todas essas editoras independentes, foi uma parada bacana (MACIEL, 2022, informação verbal<sup>11</sup>).

Segundo a fala da artista, é possível notar um primeiro ponto de destaque perante a interação com o público das feiras, que se torna um ponto comum com vários entrevistados. A partir destes relatos, começamos a traçar uma relação entre as práticas presentes nas feiras e os capitais de Bourdieu, neste caso vemos como a importância do capital social está presente nessas trocas, inicialmente, através do contato com o público nas feiras. Assim, podemos entender que “em um processo de circulação e de consumo dominado pelas relações objetivas entre as instâncias e os agentes que nele estão envolvidos, constitui-se o *sentido público* da obra pelo qual o autor é definido e em relação ao qual está obrigado a definir-se” (BOURDIEU, 2009, p. 113). Com a interação entre editores e consumidores nas feiras, cria-se um canal mais direto de trocas que expande a possibilidade de construção deste *sentido público*, que muitas vezes é deixado para as subjetividades de interpretação com informações e ideias formadas sem um contato próximo. Desta forma, através da aproximação destes dois espectros do ecossistema editorial, temos uma modificação de como esses diferentes agentes interagem e constroem significações.

Renata participou de outras feiras, após essas primeiras experiências, ainda em 2015, organizou uma feira em parceria com outra artista visual, Cristina Rios. Juntas, elas fundaram a ReTina — Feira de Artes Gráfica em Santa Maria. O objetivo da feira era expor as produções próprias quanto ateliê, chamar produtores de fora e oportunizar um espaço de circulação das

---

<sup>10</sup>Artista visual, atualmente baseada em Florianópolis - SC, faz trabalhos com estampa, bordado, gravura, grafite e carimbo sobre papel. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/renatadiasmaciel/>

<sup>11</sup> Entrevista concedida por Renata Dias Maciel ao autor em 06/07/2022.

produções de artistas locais, muito provindos das diversas universidades presentes na cidade, mas sem um lugar para escoar sua arte.

Posteriormente, o Ateliê ReTina começa a fazer edições itinerantes da feira em outras cidades, sempre focando em uma produção alternativa de pequenas editoras e publicadores, muitas vezes, com um processo artesanal. Renata aponta que muitos dos publicadores optam por trabalhar nessa escala e de forma independente para ter domínio total do processo de publicação, do começo ao fim, inclusive das vendas.

Você tá ali até “tête-à-tête”, a pessoa passa e conversa, então você desmistifica um pouco essa coisa de o livro estar lá na livraria e você não ter contato com o autor, não saber como isso [publicação] foi produzido. Então ali nessas feiras, por exemplo, normalmente é o canal para que isso aconteça, né? (MACIEL, 2022, informação verbal)

A troca com o público e possibilidade de conversar sobre o processo do livro, reforça o que trouxemos anteriormente sobre a conexão social das feiras, mas também apresenta outro processo de desconstrução ou, quem sabe, modificação dos conceitos aliados ao livro ou publicações no geral com uma conexão muito direta com o autor — alterando um pouco do estigma atrelado a essa figura, que vem sendo também modificada com editoras e autores maiores, mas que se dá em um nível bem mais próximo nas feiras. Ressalta-se, também, como as oficinas voltadas à comunidade e ofertadas de forma gratuita são uma prática muito recorrente das feiras que firmam essa conexão dos produtores com o público e incentivam que mais pessoas passem a criar. Essas atividades são bem comuns nestes eventos e funcionam como forma de integração, conscientização e criação do público consumidor que, em muitos lugares, não está habituado a consumir estas publicações, esta é uma questão relevante que é apontada por outros entrevistados.

Renata menciona que o trabalho com as publicações independentes é muito “por uma paixão” por esse modo de publicar e também por ser um modo de vida que tem, em boa parte, um retorno financeiro mais difícil. No entanto, ela aponta que vê uma mudança nesse cenário com o uso das redes sociais para divulgação e comercialização das obras, com diversos publicadores focando seu trabalho nestes meios. Uma grande parte do apelo e importância das publicações independentes é a possibilidade de você expor sua arte e seus ideais, de vida, políticos, etc, de forma totalmente livre e múltipla em um espaço que está aberto para discussão:

Porque você pensa, você faz, produz, coloca o que você pensa ali tanto nas artes gráficas quanto nas publicações independentes e isso é uma faca de dois gumes. Pode ser muito perigoso para quem não quer que você pense. Que não quer que você coloque o seu trabalho ali na área, porque você é independente, vai em uma feira e

you vend to the people who want it. Then, like this, it's uncomfortable, but as this is a movement, still not very large, it doesn't have much visibility for the people who don't know very well, the potential that it has. Because this is a way of thinking. It's an exchange, it's culture being placed, art in various aspects, because you do literature, you write, you have who illustrates, you have a complete artist (MACIEL, 2022, verbal information).

Primarily during the pandemic, it was possible to notice an increase in the use of social networks for this purpose, since due to distancing, everyone was prevented from commercializing in person or participating in events. The artist refers to this period as a moment of great introspection and focus on her work, because there were not so many possibilities of interacting and continuing the pre-existing exchanges. She also points out that, for independent publishers in general, this was a moment of testing some projects that would normally be in second place due to the constant trips to fairs and the need to always be producing the tiragem of publications that, in her majority, were handmade, for this reason, the time of development of new projects was condensed.

After this period of pandemic, the artist looks forward with hope to the return of physical fairs, she already feels a certain fatigue of accompanying the various *online* events that were not managing to bring the exchanges and possibilities of connection of the fairs. She affirms, also, that she understands how this technological evolution affects independent publications and these exchanges, but she hopes that the physical events and the practices of this niche do not get lost completely.

#### **4.1.2 Mel Gibs - Colecionador**

Mel<sup>12</sup>, as he likes to be called, is an independent publisher collector, he started building his collection after going to a graphic fair in Balneário Camboriú and getting passionate about the publications he found. He says that in this first event, he was surprised by the variety of productions on display and bought a little of everything that was for sale locally.

It was in Curitiba that he met the editor Borogodó, project of Rossana Di Munno, and they became friends after a long conversation. From then on, Rossana presented him with other events and publications and, like this, Mel decided to focus his searches on printed art and the publication of independent books, he now seeks to develop his collection as a library and a space for visits so that other people can get in contact with the publications. With this objective, a partnership was born with a friend in Curitiba, so that, in

---

<sup>12</sup> Mel is an independent publisher collector, currently based in Curitiba - PR. Profile on Instagram: <https://www.instagram.com/gibssmel/>

conjunto com seu ateliê seja desenvolvido a Banquinha do Mel<sup>13</sup>, espaço em que ela possa iniciar a comercialização e também divulgação de obras do seu interesse.

Mel conta que após começar a circular por diferentes feiras e conhecer novas publicações e editores, passou a se perguntar onde nesse ecossistema estava a figura do colecionador, não via isso tão presente nas feiras. Esse posto do colecionador é o de uma figura que faz a curadoria dessas produções tão diversas, mas que também tem um papel de manutenção da memória desse movimento.

Mel descobriu uma publicação que teve interesse pela internet, mas que já não era mais produzida ou comercializada pelo próprio publicador/autor. Assim, após pesquisar extensivamente conseguiu achá-la em um pequeno sebo no Recife que ainda possuía duas cópias dos exemplares, efetuou a compra junto com outras obras e pediu seu envio até Curitiba. Ele apresenta já um grande acervo de publicações metodicamente organizadas e um grande conhecimento delas, de seus autores e também dos eventos e formas de publicações de maneira independente. Acredito que essa ideia de ser um colecionador específico das publicações e, também, de conversar com um acervo que fale sobre isso é um passo importante para a manutenção da produção feita no Brasil e pode contribuir muito para que mais pessoas tenham acesso a esses conteúdos.

#### **4.1.3 Rodrigo Acioli - Titivillus**

Rodrigo Acioli — atualmente o único componente da Editora Titivillus<sup>14</sup> — mora em Recife e começou a sua jornada editorial na Livrinho de Papel Finíssimo, um coletivo da cidade onde teve os primeiros contatos com a publicação independente apesar de já ter uma ligação com as publicações no geral, com a formação na área de História e mestrado através da Universidade Federal de Pernambuco.

A Titivillus foi criada em 2016 e como muitos empreendimentos editoriais, é de pequeno porte, composta de maneira fixa apenas pelo seu fundador, Rodrigo. Ele declara dar conta das funções de autor, editor, publicador, organizador e designer, inserido na definição de autor-editor apresentada anteriormente. Normalmente, um ator do mercado editorial tomaria para si as funções realizadas por diversos profissionais devido a dificuldade de contratar mais pessoas para estarem presentes no projeto. No entanto, Rodrigo ressalta que na produção de cada livro, ocasionalmente, conta com o serviço de outras pessoas, mas que só são chamadas dependendo

<sup>13</sup> <https://www.instagram.com/banquinha.do.mel/>

<sup>14</sup> A Titivillus Editora é uma editora de Recife - PE que publica livros dedicados à literatura e às artes, quer seja em poesia, em prosa, mas também em críticas e ensaios. Perfil do instagram da editora: <https://www.instagram.com/titivilluseditora/>; Site da editora: <https://www.titivilluseditora.com.br/>

da demanda e que boa parte do processo é habitualmente realizada apenas pelo próprio editor, como ele afirma, não existe um coletivo fixo, mas cada projeto cria novos “pequenos coletivos”.

Um fato curioso é o nome da editora, Titivillus, que vem da lenda de um demônio medieval que induzia os copistas e cometerem erros nos livros, o editor afirma como uma

[...] luta inglória, em você tá lutando contra o erro o tempo todo. E assim, às vezes você acabou de imprimir um livro, montou e quando você abre na primeira página tem um erro. E assim, você revisa, passa pela revisão uma vez duas não sei o que e tal, mas é uma luta muito doida. E aí eu acho que essa coisa do demônio. O demônio que coleta esses erros. Então ele deu uma cara [para a editora] (ACIOLI, 2022, informação verbal)<sup>15</sup>

Rodrigo aponta que o perfil da editora tem um foco maior em livros considerados “tradicionais”, mesmo fazendo livros que ele classifica como de artista ou objeto. Ele vê como alguns outros publicadores experimentam mais com os formatos e tipos de publicação, mas afirma ter um afeto especial pelo formato clássico do livro, um artefato com grande estabilidade e história, mas com um frescor e espaço de experimentação dentro destes parâmetros mais conhecidos.

Já em relação a produção, a Titivillus publica não apenas livros, mas também ilustrações. As temáticas são voltadas para a literatura adulta, acadêmica, ficção e poesia, com uma quantidade de títulos publicados de 4 a 5 livros por ano. Rodrigo aponta que previamente à pandemia, feiras gráficas e eventos similares tinham um grande papel na comercialização das produções da editora, que chegou até a organizar eventos da área.

Com as mudanças causadas pelo isolamento social, a Titivillus precisou aumentar a presença digital. Atualmente, a editora possui um site para *e-commerce*, uma página no *Facebook* e um perfil no *Instagram*. O editor relata que passou a ter um grande foco no *Instagram*, no entanto, ainda assim mantém uma página no *Facebook* e que as redes sociais servem mais para efetuar contatos do que vendas. Sua comercialização, atualmente, é realizada majoritariamente através do *e-commerce*, que viabiliza as compras e envios em todo país. Rodrigo vê essa transição forçada pelo contexto da pandemia uma tarefa árdua: “[...] para minha editora que tinha na materialidade do livro, na política do encontro dos eventos seus pilares, foi quase devastador. Hoje, existimos nas redes sociais, temos site, mas é muito ruim tudo isso. A conta não fecha” (ACIOLI, 2022, informação verbal).

---

<sup>15</sup> Entrevista concedida por Rodrigo Acioli ao autor em 11/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Rodrigo no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.

Como mencionado pelo proprietário da Titivillus, a pandemia aumentou ainda mais a necessidade da presença em âmbitos virtuais, o que pode ser positivo pelo fato de que seja possível atingir um público maior, mas que vem com muitas dificuldades de adaptação e recursos. Este novo cenário impacta uma grande quantidade de trabalhadores no mercado editorial independente e pode se materializar de diferentes formas que precisam ser analisadas com maior minúcia. Por enquanto, sabemos que em um mercado editorial instável e alinhado a uma crise econômica, os produtores independentes acham novas formas de sobreviver e ser resistência, lutando contra ataques aos livros e as produções culturais por um país mais plural e inclusivo.

Passamos a dialogar sobre as possíveis definições das publicações independentes no Brasil e como essas práticas podem ser conceituadas ao levar em conta as configurações específicas deste cenário. Rodrigo se questiona “o que significa esse independente? Ser independente é não pender para alguma coisa, não pender para quem? Às vezes a gente não quer pender pro mercado, não pender para o dinheiro” (ACIOLI, 2022, informação verbal). A própria palavra “independente” traz consigo essa ideia de um contraponto perfeitamente simétrico, de um oposto total, mas estas publicações independentes que vemos circulando pelo cenário brasileiro podem estar extrapolando essa definição, apresentando ideias mais múltiplas.

O editor reforça a importância dessa pluralidade, como podem existir editoras como a dele, com livros mais tradicionais ou “caretas”, mas também publicadores que focam em experimentações de design, livros de arte ou tem trabalhos com forte característica política. Existe espaço para todas essas diferentes formas de expressão e experimentação circularem, assim, um conceito que abarque ou tente definir as publicações independentes no Brasil nunca poderá ser muito fechado ou específico, para não correr o risco de excluir integrantes válidos do movimento.

Essa pluralidade também se apresenta de outras formas em relação às editoras independentes, temos como maioria, publicadores que atuam de modo mais informal, muitas vezes sozinhos, mas também, outras editoras que se organizam como uma empresa formal. Ele apresenta o exemplo da editora Lote 42<sup>16</sup> que se organiza com estrutura e linha editorial marcadas, faz tiragens maiores em relação a uma parte dos publicadores. Segundo Rodrigo, a ideia de ser independente

---

<sup>16</sup> A Lote 42 é uma editora criada em São Paulo em dezembro de 2012. Publica autores que exploram as possibilidades da linguagem, questionam o status quo e têm uma abordagem criativa frente à vida contemporânea. O catálogo transita por vários gêneros, como ficção, não ficção, quadrinhos e poesia. Fonte: <http://lote42.com.br/sobre/>

É muito um ato de vontade mesmo, realmente não depender de uma noção do mercado, por exemplo, o mercado diz que o *boom* agora é livro de terror. Quem vai fazer uma publicação independente, vai fazer do que quiser, do que gosta, não vai olhar para essas estatísticas de mercado. Vou fazer agora uma editora para entrar aqui nessa reserva, isso já não é editora independente, já é outra coisa, porque não é uma questão só de escala. É super complicado porque eu posso dizer que as editoras independentes são normalmente artesanais, ou semi artesanais ou híbridas, de pequena escala, mas tem um monte de editores independentes com escala gigante. Não é a questão. Não é só escala. A questão é como se tivesse a roda sendo inventada toda de novo toda vez, com a distribuição é diferente o sistema de alianças são diferentes a gente tem que se perceber diferente (ACIOLI, 2022, informação verbal)

É possível começar a compreender, então, os publicadores independentes alinhados com um certo ideal que é compartilhado em diferentes níveis com seus pares, tanto de igualdade, mas também de reconhecimento de suas semelhanças e diferenças, de se ver na pluralidade do outro. Não precisar de uma hegemonia de mercado ou gênero, “é muito mais um modo de ser, um atitude e uma politização também da vida, do fazer artístico” (ACIOLI, 2022, informação verbal), uma identificação, criação de conexões e redes entre os publicadores que dão valor a liberdade de explicar suas ideias.

A Titivillus nasce com o objetivo de compartilhar as ideias que inicialmente eram voltadas para autopublicação, mas que foram ficando de lado no decorrer do tempo, já que para a produção dos livros de outros autores, os diversos processos de gestão, de edição e da produção artesanal eram todos concentrados em uma só pessoa. Rodrigo afirma que muitos aprendizados sobre “como” fazer os livros foram por meio de tentativas e erros, visto que como ele não tem formação de designer, precisava fazer diferentes testes e estudar questões específicas para desenvolvê-las.

As editoras e publicadores independentes, se forem vistos como um modelo de negócio, ainda funcionam de maneira nebulosa e variada e a sustentabilidade destes empreendimentos é muitas vezes complicada. O editor afirma que, segundo uma pesquisa, a maior parte dos publicadores não tem sua primeira ocupação com as publicações independentes, que é uma segunda profissão ou essa produção é sustentada por outros meios. Rodrigo fala que tem foco nas publicações independentes e ramificações desses trabalhos, mas que

A venda de livros ainda é um extra, no site é um pouco irrisório, só quando você tem um livro novo mais quente que sai mais. E o lançamento, que é o momento também de rentabilizar o povo, então, é por isso que os eventos são importantes, porque é quando a gente consegue uma grana mais efetiva para tirar o investimento. Algumas coisas assim é no lançamento. Então eu vivo muito de serviços, aqui tem um fundo de



Cultura que é bem robusto, por exemplo, Lei Aldir Blanc<sup>17</sup>(ACIOLI, 2022, informação verbal)

A organização de oficinas de tipografia e poesia, bem como a prestação de serviços editoriais para autores que se encaixem minimamente no escopo da editora, são outras formas de rentabilizar as atividades editoriais da Titivillus e buscar um equilíbrio financeiro. Parcerias com universidades e o fundo cultural de Recife também são outras maneiras de conseguir instituir diferentes projetos perenes.

Com a chegada da pandemia, houve muitas consequências para a Titivillus, como o modo de publicação e a circulação dos livros, Rodrigo contava muito com os eventos presenciais, que eram organizados em diferentes espaços da cidade e também com feiras gráficas. Esses encontros e atividades eram um dos pilares da editora, onde se organizavam ações de formação e conversas sobre o objeto livro em busca de novos leitores. Com isso, a materialidade do livro: toque, cheiro, manipulação e experimentação era outro pilar de extrema importância na visão do editor, uma forma de se conectar com aquela maneira de fazer arte e expressar ideias.

O isolamento social instaurado perante a pandemia da COVID-19 impactou fortemente a Titivillus que no início deste período não possuía um site próprio, realmente não era um foco da editora ter essa presença digital. Rodrigo afirma que foi um processo de aceleração da sua inserção no meio *online* com a digitalização dos livros. O editor alega que, nesse período, passou a fazer lançamentos por *live* de livros físicos, pela primeira vez publicou *e-books* e vê neles a possibilidade de disseminação de conteúdo e de ideias, por isso os disponibiliza de forma gratuita no site. Entretanto, considera essas experiências, em um geral, como negativas e relata que

[...]a minha parada é fazer o livro físico, é o papel, são todas essas escolhas pequenininhas, as vezes, mas que induzem justamente ao jogo. Os livros são jogos de sentido o tempo todo, pra mim, a leitura é um jogo, com isso, proponho uma série de camadas de sentidos que o leitor vai entrando e pegando. E é uma experiência estética, o livro para mim. Você tem uma relação muito forte com o livro. Eu tenho o meu campo de emoção em um livro (ACIOLI, 2022, informação verbal)

Em relação às vendas, — experiência que parece comum a muitos dos publicadores — o período da pandemia e as trocas *online* não se revestiam de forma muito consistente no comércio dos livros. Mesmo com *lives* de grandes audiências, naquele momento de lançamento,

---

<sup>17</sup> A Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020) define ações emergenciais destinadas ao setor cultural durante o estado de calamidade, em função da Covid-19. Acesso em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/consultar-informacoes-gerais-a-respeito-da-lei-aldir-blanc>

poucas pessoas pareciam fazer alguma compra. Já em eventos presenciais, isso era mais comum, até por práticas e trocas específicas deste ambiente, como autógrafos do autor, leituras coletivas, etc. Desse modo, Rodrigo afirma que acabou diminuindo o ritmo de produção e organização destes eventos virtuais, mas ainda participando de *lives* sobre temas mais gerais. Vê na internet uma ferramenta útil na organização e agenciamento para ações que se darão de forma presencial, ou seja, para chamar mais pessoas para outro ambiente, que esteja de acordo com suas práticas editoriais.

O editor enxerga a retomada dos eventos e ambientes presenciais para as publicações independentes como um ótimo sinal e que, por um momento, pensava que eles iam deixar de existir, que “[...] o prazer de fazer isso tudo tava acabando também. Além da grana que tá sempre acabando mas aí, o prazer que faz você permanecer não tem, nenhum dos dois” (ACIOLI, 2022, informação verbal). Ainda, com muito receio, ele organizou uma feira em Recife, preocupado se era o momento certo e se as pessoas iriam aparecer, mas no final, enxerga um saldo positivo, como um novo começo para as publicações independentes na cidade.

Neste retorno, Rodrigo diz se alegrar com o reencontro de antigos conhecidos que dão continuidade às práticas de publicações independentes, mas também enxerga como diversos espaços próximos a “essa ideia” se extinguíram no período pandêmico. Agora é um momento de (re)mapear e buscar lugares parceiros para eventos, para parcerias e para trocas. O editor diz que, em um futuro próximo, continuará organizando a Titivillus como empresa e otimizará a produção para não recair totalmente sobre ele. Enxerga também um momento de evolução das publicações independentes, com uma crescente densidade literária e de produção que traz maior reconhecimento para o meio.

#### **4.1.4 Ricardo Rodrigues - Experimentos Impressos**

A produção de textos foi uma paixão de Ricardo desde muito novo, escrevia desde os 12 anos, mas sem nunca mostrar sua produção. Apenas muitos anos depois, ao entrar no curso de Publicidade e Propaganda que passou a se interessar por publicações, também como uma forma de praticar o que estudava. Nessa época, ainda não tinha contato com publicações independentes ou a ideia de publicar desta forma, já tinha práticas muito próximas do que vemos nesse meio, e do que ele faz hoje, como zines, colagens digitais, etc, mas ainda guardando apenas para si.

Após o fim do curso, ingressou na faculdade de Jornalismo e, assim, atuou na área pela primeira vez, tornando seus textos públicos com postagens em blogs e perfis de redes sociais.

Em seguida, Ricardo se cansou de apenas publicar seus textos de forma digital, já que sempre gostou da materialidade e do papel. Por volta de 2015, procurava então meios em que pudesse explorar mais a materialização das suas produções, neste momento também se popularizaram as feiras gráficas em Porto Alegre e passou a frequentar cada vez mais estas feiras.

A partir dessas experiências, ele percebeu a viabilidade de transformar as publicações em trabalho e que poderia transformar a atividade secundária ou *hobbie* em uma ocupação principal. Um ano depois, em 2016, nasce a Experimentos Impressos<sup>18</sup>, com o objetivo principal de ser uma editora de autopublicação artesanal, tendo o foco em pequenas tiragens e com a produção feita totalmente por Ricardo em sua casa. Este formato artesanal é ressaltado pelo editor como a forma que ele encontrou para fazer experimentação em diferentes papéis, texturas e formatos que não seria possível para uma produção industrial que elevaria os custos da tiragem e do preço final do livro. O projeto foi crescendo cada vez mais, muito além da ideia inicial de Ricardo, circulando por muitas feiras e com a comercialização através do site, logo viu a Experimentos Impressos ultrapassar a sua atuação como jornalista. Neste momento que ele decidiu colocar a editora como sua ocupação principal, afirma que ocasionalmente atua como jornalista e faz alguns trabalhos de serviço editorial, mas que majoritariamente se ocupa com a editora.

Ao estar inserido no meio independente, Ricardo nota que nos últimos dez anos houve a popularização desse trabalho que tem novas nomenclaturas ou maneiras de se referenciar a uma prática comum. Mas que os modos de publicar independentemente já existem há muito tempo, com raízes na contracultura e até previamente. Pessoas sempre encontram nesses suportes maneiras de se expressar, publicar suas ideias e, muitas vezes, ir contra o *status quo*, já que agora se multiplicam e se organizam de diferentes formas.

Sobre o cenário atual, ele afirma que se tem uma ideia geral de que publicadores independentes são pessoas que não estão vinculadas a grandes grupos ou empresas editoriais e que publicam por si mesmas. Muitas vezes existe também uma concepção de que publicações independentes estão estritamente ligadas a uma produção artesanal, mas para Ricardo

Um publicador independente não é necessariamente aquela pessoa que vai fazer um trabalho artesanal. Eu escolhi trabalhar dessa forma porque era uma maneira que eu encontrei de tomar conta de todas as pontas do trabalho que eu gosto de fazer. Mas um publicador independente pode ser aquela pessoa que posta seus textos na internet como eu fazia, pode ser alguém que publicou um livro digital pela Amazon, pode ser uma pessoa que faz um financiamento coletivo para publicar seu livro de uma forma

---

<sup>18</sup>A Experimentos Impressos é uma editora de Porto Alegre - RS, de autopublicação, com o objetivo de materializar no papel títulos que exploram formatos e as misturas de diferentes materiais, com foco no trabalho manual. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/experimentosimpressos/>. Site da editora: <http://www.experimentosimpressos.com.br/>

mais tradicional. Então tem muitas formas de ser um autor independente (RODRIGUES, 2022, informação verbal).<sup>19</sup>

Ou seja, existem inúmeras formas de se publicar como independente, de criar e transmitir a mensagem pretendida, seja de maneira artesanal, digital ou como uma publicação mais tradicional por investimento próprio, parcerias ou financiamento coletivo. Ricardo vê isso de forma muito positiva, pelo fato de “que não existe mais aquela coisa da editora centralizar tudo que vai ser publicado na figura do editor, que tem, digamos assim, aquele poder, se vai publicar a pessoa ou não” (RODRIGUES, 2022, informação verbal), nesse modelo quem quer publicar fica a mercê desta estrutura, esperando ter seu livro circulando.

Ele afirma que, por volta de 2018, foi crescendo a discussão sobre o mercado editorial e sobre publicações independentes, um grande exemplo desse crescimento foi a Lote 42, uma editora muito mencionada entre boa parte dos entrevistados. O entrevistado conta como a editora combina publicações mais ousadas e experimentais com alguns livros mais tradicionais, possui também a banca Tatuí de publicações independentes e que, para ele, foi um projeto muito pioneiro nesse nicho que abriu caminho para muitos outros empreendimentos editoriais que seguiram, movimento também fomentado pelas inseguranças do mercado editorial como um todo.

Sobre a pandemia, Ricardo diz que todos foram afetados no geral e especificamente quem trabalha com publicações ficou sem a possibilidade de frequentar as feiras, que é onde a maioria comercializa os produtos e tem foco principal, sem objetivos de veicular os livros em grandes livrarias. Para ele “as feiras são o momento que a gente consegue se aproximar de fato de um público que muitas vezes nem entende que aquela demanda existe, que aquele trabalho existe então é um momento muito importante para a gente criar digamos assim o mercado” (RODRIGUES, 2022, informação verbal), então, para além de um papel de circulação das produções, existe na feira também essa questão social muito marcada nas falas dos entrevistados, bem como a possibilidade de criação e ampliação do mercado de publicações independentes, onde mais pessoas passam a conhecer e consumir esse tipo de produto.

Então, ao vir de um cenário de muito fomento das feiras e eventos relacionados, o impacto aos produtores foi grande e, no caso do Ricardo, um momento de retornar ao digital tanto para a questão da produção, redes sociais, mas também com um foco em sua loja *online*. Ele comenta que houve um período inicial de grande engajamento, novas práticas e circulação

---

<sup>19</sup> Entrevista concedida por Ricardo Rodrigues ao autor em 13/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Ricardo no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.

*online* das produções e das ideias, porém diz que “da metade do ano passado em diante esse movimento diminuiu muito, acho que ninguém com conseguia mais acompanhar nada online, porque era muita coisa acontecendo, tinha muita *live*, tinha muito curso *online*” (RODRIGUES, 2022, informação verbal). Assim, com o decorrer da pandemia, o interesse do público e a própria produção passou por momentos de desgaste, já que o tempo de tela das pessoas estava elevado e muitas coisas competiam pela atenção dos consumidores.

Também, ele aponta como o instagram passou a ser o canal principal de muitas pessoas e levou, com o tempo, a uma disputa por engajamento e com o algoritmo, que cada vez mais deixa de entregar os conteúdos de publicadores e perfis menores. Segundo o entrevistado, até mesmo *posts* patrocinados nem sempre tinham bons resultados e, muitas vezes, o conteúdo repostado por um perfil maior conseguiu impulsionar as visualizações e circulação do material.

Sobre a produção, Ricardo vê como para algumas pessoas o afastamento social, a ansiedade sobre todas as questões e incertezas inerentes ao cenário pandêmico foram grandes amarras e impedimentos para o desenvolvimento de suas produções. Para ele, a forma de lidar com essa ansiedade foi focar no negócio, apesar de trabalhar em casa antes da pandemia, conta que não ter a possibilidade de sair também tinha um grande peso na sua rotina.

Atualmente, em um período de recomeços e retornos, Ricardo diz que participou de uma feira em Porto Alegre, com saldo positivo, nota que as pessoas tinham muita vontade de ir para a rua, retomar o contato, estar junto. Repara que há um público diferente e novas pessoas dividindo os estandes e publicando, além do reencontro com conhecidos após a pandemia.

Para ele, as publicações independentes, no Brasil e na América Latina, são meios de comunicação extremamente democráticos, na produção, na comercialização, mas principalmente no conteúdo. Vários temas, como questões LGBTQIA+, o movimento negro eo movimento indígena encontram espaço nesse meio e que, muitas vezes, não teriam essa possibilidade em um ambiente editorial maior. Segundo Ricardo (2022, informação verbal):

são outros tipos de prioridade, a gente produz aquilo que a gente enxerga algum valor aquilo que a gente tem prazer em fazer e não necessariamente vai resultar em um número expressivo de venda, então a publicação independente tem muito esse papel de dar voz para diferentes produtores e chegar a diferentes públicos (RODRIGUES, 2022, informação verbal).

Nesse sentido, o produtor conta que o próprio nome de sua editora, Experimentos Impressos, fala muito de seu modo de produzir, que ele procura sempre se expressar e fazer os conteúdos que ele quer, brincar com essas mensagens, formatos, acabamentos e exercer essa grande liberdade. Apesar desta soberania, há certos momentos que ele necessita de um nível de

organização e foco ao que está sendo produzido, já que com o crescer do projeto vem estruturas e práticas de uma empresa.

Sendo assim, ele conta que, principalmente após o início da pandemia, passou a produzir cópias sob demanda, apesar de nunca ter o hábito de produzir tiragens e ter um estoque, diz que “é um trabalho que não rende muito assim, eu posso passar um dia todo trabalhando que eu não vou ter um trabalho muito significativo no final daquele dia” (RODRIGUES, 2022, informação verbal). Então, ao se preparar para feiras gráficas, Ricardo já iniciava o processo de produção de cópias duas ou três semanas antes para que houvesse estoque suficiente para comercializar no local. Em uma perspectiva de produção, isso se torna benéfico, já que caso encontre um erro, Ricardo teria poucos exemplares que necessitariam ser corrigidos e com a possibilidade de retirar de circulação e resolver o problema em exemplares já vendidos. Bem como na questão de investimento em material, que é bem menor do que seria com a produção de uma tiragem e que não ocorre tanto risco de ficar encalhado sem vendas, assim, os insumos são quase imediatamente pagos a partir da venda dos exemplares.

Para o futuro da editora, Ricardo afirma que gostaria muito da possibilidade de publicar outros autores, assim, modificar o perfil atual da Experimentos que é de autopublicação. Ele explica que com as configurações atuais do trabalho e de toda a produção, ocorrer de maneira artesanal, é impossível garantir a publicações de terceiros, mas que pensa

[...] futuramente em pelo menos mesclar um pouco as formas de produção. Fazer uma tiragem mais industrializada, mas talvez um acabamento manual, alguma coisa assim, que eu consiga dar conta, mas acho que especialmente me organizar para garantir todos os direitos do autor. Para que ele seja remunerado da forma adequada, para que ele tenha o seu contrato feito da forma mais justa possível. Porque, às vezes, como eu tô trabalhando só comigo, se porventura alguma coisa não der certo não deu, paciência, não vou ter problemas com isso, mas é importante assegurar os direitos certinhos de uma outra pessoa (RODRIGUES, 2022, informação verbal).

Já em relação ao futuro do mercado independente, ele vê a possibilidade de tendências desenvolvidas nesse meio influenciarem o mercado editorial “maior” e que já aconteceu anteriormente, segundo Ricardo. Um exemplo histórico e clássico disso são os movimentos de contracultura que são ciclicamente absorvidos pelo *mainstream* e depois voltam a se rebelar contra ou surgir de outra forma. Ele aponta também que já ocorreu muito o movimento de plataformas *online* de publicação ou autopublicação que passaram para um mercado editorial tradicional, é interessante ver como essa ideia do que é sair do meio de autopublicação para um mercado tradicional. Podemos ver que tanto o mercado independente como o mercado tradicional não têm definições específicas ou pelo menos ideias fixas na mente do coletivo, com diversas pessoas relacionando ou apresentando diferentes definições e parâmetros. O

entrevistado vê, talvez, um desenvolvimento maior por parte deste mercado tradicional, com projetos mais criativos ou abertura de espaço para outros autores, que, segundo ele, já acontece em certa medida e que teria sido exatamente o que proporcionou o crescimento do mercado independente.

Reforça a importância das feiras gráficas para esse desenvolvimento, assim, é possível compreender as feiras como um espaço para além da comercialização, já que é um meio para formação da rede de contatos, para a busca de referências e para conhecer novas ideias. As feiras gráficas poderiam ser definidas como catalisadores da identidade do publicador independente no Brasil, mais especificamente em publicadores de materiais impressos, que é o foco deste trabalho.

#### **4.1.5 Giba Gomes - Artista Visual**

Giba Gomes<sup>20</sup> é um artista visual que reside em São Paulo, tem formação como arquiteto, mas procurou se conectar com a produção artística tendo, como grande foco, gravuras, desenho e pintura. Para ele, essa veiculação do trabalho artístico através das feiras de publicadores independentes é um momento muito importante, já que poder estar em contato com o público e com pessoas que nunca antes haviam comprado um trabalho artístico, “é muito mais gostoso se sentar numa banquinha, mesmo que num dia ruim que não venda nada, mas enfim, cada pessoa que vem pega uma coisa sua, olha compra por dez reais, gente que nunca comprou arte, comercializar coisas por valores assim possíveis. Isso assim encanta” (GOMES, 2022, informação verbal<sup>21</sup>). O artista valoriza essas possibilidades de interação e alcance das publicações independentes, porque acredita que “o mundo da arte contemporânea tem muito elitista, é chato, não é para todo mundo, é muito excludente e a publicação é livre, né? Arte contemporânea é para excluir e a publicação independente é para incluir né para compartilhar é muito legal” (GOMES, 2022, informação verbal). Mesmo nesse cenário mais elitista da arte contemporânea, ele enxerga um movimento crescente de pequenos galeristas que procuram se unir para expor uma arte menos hegemônica e dar lugares a diferentes artistas e produções.

O entrevistado teve seu primeiro contato com as feiras de publicações independentes em 2018 e desde então procurou estar presente na maior quantidade de feiras possíveis, mesmo sem experiência prévia, com a produção de livros, passou a agrupar gravuras e diferentes

---

<sup>20</sup> Formado em arquitetura, é um artista visual com residência em São Paulo e trabalho com gravuras. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/gibagomes/>

<sup>21</sup> Entrevista concedida por Giba Gomes ao autor em 14/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Giba no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.

produções em publicações. O artista conta também que não utiliza nenhuma impressão industrial ou de gráficas rápidas,

Eu gosto da gráfica lenta mesmo, mão suja, faço a quantidade que eu consigo dar conta e a venda não cobre o custo, mas também não importa, a gente vai... vai fazendo isso, não é motivo para desistir ou para produzir menos, acho que a gente tem um papel importante (GOMES, 2022, informação verbal).

Como mencionado por outros entrevistados, cada produtor tem suas práticas e nível de produção, que envolve também muitos fatores externos, financeiros, disponibilidade de tempo e estrutura. Desse modo, é interessante ver como Giba mostra um grande foco nessa produção manual do trabalho e de ressaltar como a venda não cobre os custos de produção, mas que isso não importa, já que, para ele, os publicadores têm um papel importante que não é necessariamente atrelado para a busca do lucro. Leva muito em conta a construção de um capital simbólico e cultural do que um capital econômico.

De encontro com esses ideais na produção, Giba afirma como a gravura é um meio de produção consideravelmente rápido, quem trabalha todo dia e produz ao menos uma gravura nesse período. Para ele, é um dos tipos de produção “que tem mais compromisso com engajamento político, com a resposta que a gente tem que dar como artista para esse horror que a gente está vivendo” (GOMES, 2022, informação verbal). Portanto, o engajamento político em suas produções parece ser um tema de muita importância, algo que vemos ser um ponto comum entre diversos publicadores e, também, historicamente nas práticas de publicações independentes.

Para os produtores, vale muito mais trabalhar o conteúdo e a mensagem das produções do que a estética ou a técnica perfeita. Se a gravura está suja ou com manchas de dedos, Giba vê na produção um tipo de panfletagem de ideias. Assim, também não se enxerga inserido no mercado editorial tradicional, tanto por suas práticas como também pela dificuldade de ir atrás de alguém para vender seus produtos. Por isso, passou a fazer parcerias com uma escritora com um conteúdo de forte engajamento político e que segundo ele “incompatível assim com uma área editorial mais refinada assim, mais quadradinha” (GOMES, 2022, informação verbal).

Giba também conta que sempre se viu independente, na formação como arquiteto, sempre trabalhou sozinho e nunca foi ligado a um emprego formal, apenas através da prestação de serviços, já que para ele, por questões ideológicas, essa sempre foi a melhor opção. Segundo o artista, este ser independente é “aquele que produz o que ele quer do jeito que ele quer, sem ter que prestar contas a uma linha editorial, concordando ou não concordando. Eu faço minhas besteiras e as consequências são só minhas né? E eu gosto muito assim.” (GOMES, 2022,



informação verbal). Seus processos também são feitos de forma mais manual possível, até mesmo na hora de aplicar o texto e as gravuras, ele procura formas alternativas que são desde escrever o texto até utilizar “sopa de letrinhas” — práticas que seriam inviáveis em um método de produção tradicional e de grande escala.

Para o artista foi ruim não ter o acesso presencial às feiras durante o período de pandemia, mas Giba aponta como um grande momento de crescimento pessoal, experimentação e trabalho com mais foco nas produções. Nesse tempo, conseguiu ocupar um espaço extra muito próximo a sua casa, lugar em que pode montar um ambiente de trabalho e também passou a se inscrever em diferentes cursos *online*. Continuou produzindo seus trabalhos como artista visual, mas, desta vez, os veiculando apenas no perfil do *Instagram*, já que não participou das edições *online* das feiras ou manteve outra forma de comercialização.

Atualmente, com o retorno das feiras, o artista relata que ainda não conseguiu participar de nenhuma, no entanto, faz parte de um coletivo que tem a prática de representar uns aos outros em diferentes feiras. Giba conta que ocorreram feiras em Porto Alegre e em Brasília que não pode ir, mas colegas levaram seu trabalho para serem expostos e apresentados ao público. O artista pondera como as feiras “são muito visitadas por um nicho, acho São Paulo incrível! É muita gente, mas mesmo assim grande parte são pares, né? São pares que se visitam” (GOMES, 2022, informação verbal). Essa questão sobre os públicos presentes nas feiras é uma pergunta muito pertinente e também difícil de mapear, no decorrer do trabalho vimos muito sobre a percepção dos produtores e como constituem suas redes de apoio.

Giba mostra também uma valorização do aspecto social das publicações, tanto de um viés de contato com outros artistas e formação de coletivos como também das práticas de contato com o consumidor, sendo assim, conversar sobre os processos e ver essa arte circulando é importante para o seu processo. Por outro lado, afirma que a maior dificuldade são as vendas que são quase inexistentes fora das feiras, portanto, são altos investimentos na produção e deslocamento para os eventos. Acredito que esse fator faz parte do perfil de produção do artista, dos materiais e como ele leva as publicações com quase nenhum investimento na comercialização pela internet. A presença dele em redes sociais, majoritariamente o *Instagram*, é voltada para a divulgação da produção e dos projetos, sem o foco em vendas.

Para o futuro, Giba afirma que tem vários planos. Um deles é dar seguimento ao projeto *Gráfica fora da casinha* em parceria com a escritora Tina Bau, onde pretendem realizar a publicação de um dicionário ilustrado através de fascículos. Ele pretende também produzir um álbum de figurinhas utilizando uma impressão mais industrializada e com a comercialização

das figurinhas em diferentes feiras, pretende, assim, explorar as práticas de coleções e também de encontros, novamente, apresenta o foco no potencial socializador dessas publicações.

#### 4.1.6 Cristiano Moreira - Papel do Mato

Com sede em Rodeio, no estado de Santa Catarina, Cristiano e outros parceiros estabeleceram uma hospedaria, um ponto de cultura, uma biblioteca rural e a oficina tipográfica Papel do Mato<sup>22</sup>. A aproximação com os livros é de longa data, principalmente com a poesia, estilo na qual vem publicando suas próprias obras. Em 2005, publicou seu primeiro livro através da editora Bernúncia. Posteriormente, criou sua própria editora, a Papaterra, e publicou o segundo livro — O Calafate Míope. De acordo com Cristiano, a Papaterra seria a editora mais “tradicional”, já que trabalha com livros produzidos em gráficas, impressão offset, etc.

Já a Papel do Mato nasceu com a ideia de ser um selo muito artesanal, de experimentação e com o objetivo de dar mais domínio sobre a produção para os produtores e, a partir disso, desenvolveu uma oficina tipográfica e um museu que passaram a integrar a Rede Latinoamericana de cultura gráfica<sup>23</sup>. Na editora, Cristiano publica seus livros, mas não é apenas um empreendimento de autopublicação e conta também com outros parceiros: Jakson Dartanhan Chiappa é responsável pelos projetos gráficos e com a Patrícia Costa trabalha essa parte de design e acabamento. Juntos, optaram por publicar poesia contemporânea em pequenos volumes para viabilizar a produção mais artesanal pretendida pela editora.

Como exposto anteriormente, ao lado das editoras, existe também a hospedagem e a biblioteca rural. Cristiano conta que o processo de construção desse processo foi “lindo e intenso”, inicialmente, eles procuravam apenas uma propriedade para se afastar do ritmo da cidade e ter um refúgio. No entanto, em 2015, tiveram o projeto aprovado no edital Elisabete Anderle<sup>24</sup> da Fundação Catarinense de Cultura para a biblioteca rural. Começaram, então, por levar uma biblioteca itinerante que passava em escolas da área rural levando os livros e as atividades para os alunos. Posteriormente, notaram que a região fazia parte de um roteiro

---

<sup>22</sup> Papel do mato é uma oficina tipográfica e editora de livros artesanais e outras invenções gráficas de Rodeio - SC. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/papeldomato/>. Site da editora: <https://www.papeldomato.com.br/>

<sup>23</sup> se apresenta como uma iniciativa que visa fortalecer o contato entre instituições e profissionais que se dedicam ao amplo espectro de temas, discursos e ações constituídos em torno dos estudos e das práticas relativas aos modos de produção, circulação, apropriação e salvaguarda da matéria escrita. <https://redculturagrafica.org/o-que-e-a-red-cg/>

<sup>24</sup> O Prêmio Elisabete Anderle tem o objetivo de selecionar projetos culturais que receberão apoio financeiro para realizar ações nos campos das Artes, Artes Populares e Patrimônio Cultural, que objetivem o estímulo e o fomento da produção, circulação, pesquisa, documentação, formação, restauração, preservação e difusão de produtos, bens e/ou serviços culturais que sejam acessíveis a diferentes públicos. Acesso em: <https://elisabeteanderle.idcult.com.br/o-edital/>

turístico já firmado e pensaram em fazer uma sede para a biblioteca rural nesta propriedade comprada em Rodeio. Com o passar do tempo veio a ideia de desenvolver a hospedagem cultura, reformando a estrutura que já havia no terreno e realizando as ampliações necessárias. No mesmo ano, já haviam ganhado a certificação do Ministério da Cultura como ponto cultural e tinham a ONG Instituto Caracol, onde o projeto da biblioteca rural estava vinculado.

Nesse período, em 2016, Cristiano estava finalizando a tese de doutorado, construindo a hospedagem com os seus parceiros e também estudando tipografia, participando de oficinas em Minas Gerais e, também, procurando mais peças de chumbo e máquinas que ainda estavam em falta. Ao retornar para Santa Catarina, encontrou em Blumenau um arsenal de tipos e máquinas para compor o acervo, ele e seus sócios no projeto foram então buscar o material. Após voltar de Minas Gerais, passaram a integrar uma rede de contatos em tipografia, assim, souberam de um grande acervo tipográfico disponível no interior de São Paulo. Desse modo, no final de 2017, construíram um galpão na propriedade para abarcar todos os equipamentos que receberam e foram à cidade de São José Bonifácio buscar todo o acervo. Os meses seguintes foram dedicados à limpeza e organização de toda a tipografia e como nenhum deles havia tido extenso contato com esse tipo de material anteriormente, foram aprendendo e experimentando as possibilidades que poderiam ser atingidas.

Sobre a relação do mercado independente com o mercado editorial tradicional, Cristiano vê como duas vias que estão no mesmo espaço, mas com práticas e procedimentos bem diferentes, que “sempre é possível comparar, embora, acho que é quase incomparável o trabalho das pequenas editoras em relação às editoras que hoje dominam o mercado editorial no Brasil” (MOREIRA, 2022, informação verbal)<sup>25</sup>. O editor aponta que grandes grupos que possuem ligações com bancos ou investidores maiores, com orçamentos para marketing, grandes festivais e que podem participar da feira de Frankfurt, estão presentes nesse cenário em outro pólo da relação das publicações independentes. No entanto, também diz que esses grupos e grandes editoras também fazem, por exemplo, pré-vendas de livros “que não precisaria acontecer para quem tem dinheiro, quem faz pré-venda somos nós que estamos tentando salvar um pouco do livro antes de chegar o boleto.” (MOREIRA, 2022, informação verbal). Neste ponto, é possível notar certa ligação das dificuldades que a circulação de livros tem no Brasil, mesmo com investimentos superiores, comparativamente, editoras de maior porte ainda tomam

---

<sup>25</sup> Entrevista concedida por Cristiano Moreira ao autor em 15/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Cristiano no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.

medidas estratégicas que se assemelham a de pequenas editoras, já que o cenário editorial do país não demonstra muitas garantias de vendas ou consumo.

Quanto a produção, principalmente de poesia, que é o estilo trabalhado por Cristiano, afirma que a circulação de produções e novas pessoas que publicam é muito veiculada pela editoras independentes que

tem feito girar as vozes do movimento poeta contemporâneo, isso faz com que de alguma maneira movimente também a economia do livro e a economia da Cultura. Contribui com PIB da cultura esse trabalho pequeno das editoras independentes, outro aspecto é que eu tenho poder de agregar pessoas, o poder de mobilização que é fora de série (MOREIRA, 2022, informação verbal).

A partir desse poder de mobilização, o publicador vê muitas práticas de colaboração que dão seguimento às atividades do mercado independente, ele menciona a Festa Literária Julia Nascimento (FliJun) que ocorre na cidade de Laguna em Santa Catarina. Este evento é organizado em colaboração e união entre os publicadores com quem participava, momentos assim, segundo Cristiano, mostram como é necessário autoconhecimento do segmento que cria oportunidades ainda maiores dessas organizações e movimentos de união dos publicadores. Encontram também nesses eventos a chance de “[...] mostrar para as pessoas [público] também que existe outra possibilidade de criação literária de objeto livro. Que o livro não precisa ser mais ser aquele objeto quatorze por vinte e um (14x21) com capa de orelha” (MOREIRA, 2022, informação verbal). Para ele, essa mistura de livros de arte, de literatura com diferentes discursos, geram um ambiente plural e cheio de possibilidades. O entrevistado vê nas feiras um espaço de potencialidade, onde mesmo pessoas que não possuem tanto contato ou costume de comprar e consumir livros se encantam com a diversidade de produções ali apresentadas e entram em contato com esse tipo de produção em espaços alternativos. Poderíamos pensar os espaços das feiras e lugares alternativos que promovem a leitura e publicação como uma retirada da ideia de elitização dos livros e dessa intelectualização que lhes são muitas vezes associadas, e que podem repelir muitas pessoas da leitura. Para Cristiano, fazer o livro viver fora das grandes redes é um ato político, já que exige que as pessoas saibam que existem outras práticas e espaços. Talvez possamos ver nos pequenos publicadores ainda uma afirmação grande dessa diferença das editoras tradicionais, por lutar por espaço em um mercado que já é reduzido. Atualmente, vemos a leitura e o mercado editorial geral no Brasil sofrer e ter dificuldades, então, através da perspectiva de pequenos publicadores, tentar se destacar, vender e ter um espaço pode parecer uma luta ainda mais árdua e complicada.

[...] os publicadores independentes, acho que é aquele que acredita na poesia no sentido de... da palavra poesia. São pessoas que acreditam numa forma de vida baseada na invenção, na colaboração e fundamentalmente pessoas que não vivem tão angustiadas pelo mercado e com a questão capital do dinheiro. Porque a gente sabe que isso não deixa ninguém rico e não é o que vai proporcionar o carro novo, não é isso que se busca, né? Então nesse sentido, eu acho que o publicador independente... ele é de alguma maneira visionário e de alguma maneira um sujeito de frente, né... de pelotão de frente na luta contra o império (MOREIRA, 2022, informação verbal)

Portanto, segundo o autor, a resistência por meio da arte, é parte central desse movimento, Cristiano relata que como resposta a um governo que rechaça de todas as formas de arte e visões múltiplas, a coletividade proposta pelas feiras e pelo movimento independente é muito importante. Fortalecer a “coluna”, como ele diz, e apoiar seus pares para que assim, juntos, sejam mais fortes.

Sobre a pandemia, o editor afirma que afetou a todos, no caso deles, foi necessário fechar a hospedagem e passaram a utilizar esse momento para organização e planejamento. Produziram quatro títulos durante este período, já que tinham a tipografia disponível no local, todas as publicações permaneceram de forma impressa, desse modo, não passaram a publicar digitalmente, fazer *lives* ou outros tipos de evento *online* por uma questão logística, o fato de estarem em um sítio com baixo sinal de internet. Para Cristiano, uma das questões mais presentes no dia a dia do mercado independente é a circulação das obras e circulação da editora em outros eventos. Pela falta de capital, é difícil organizar lançamentos em outros estados ou cidades. A presença e crescimento na internet, muitas vezes, encontra barreiras nos algoritmos que valorizam o conteúdo patrocinado, sendo assim, o editor traz um exemplo sobre o atual cenário: “[...] é como se estivéssemos todos num estádio gritando, então a voz da gente quase que desaparece, todas editores estão fazendo *live*, publicando *story*, fazendo *Storytelling* dos seus autores para poder chegar no público, mas é muito dentro de uma rede” (MOREIRA, 2022, informação verbal, informação verbal). Ele pondera que, talvez, em um breve período outra rede surja e quem se adaptar primeiro terá mais vantagens nesse cenário.

São espaços que evoluem rapidamente e, por isso, o editor acredita muito na importância de pequenas feiras locais que dão possibilidade para os publicadores veicularem suas produções de maneira acessível. Assim, podemos notar como a proliferação de ambientes culturais, que estão abertos a pequenos produtores, são importantes para o crescimento do mercado independente, além disso, podem ser usados como uma ferramenta de incentivo à leitura e à bibliodiversidade. Para ele, “as dificuldades estão justamente em criar público, que as pessoas entendam que esse objeto não pode ser comparado com o livro de 3.000 exemplares e quem tem o curso de produção diferente” (MOREIRA, 2022, informação verbal). Ainda, segundo o editor, é preciso ir às ruas, “gastar saliva” falar com as pessoas e formar cada vez mais esse

público leitor que entenda o porquê da existência dessas publicações e suas diferenças com o mercado tradicional.

Cristiano relata que quando ainda estavam iniciando a Papel do Mato, participou de uma feira em São Paulo, cidade que possui o maior número de feiras independentes no país e grande público. No entanto, nesse momento ainda não tinham um acervo robusto de publicações e isso acabou ocasionando baixas vendas. Recentemente, na feira realizada na cidade de Laguna em Santa Catarina, que tem por volta de seis mil habitantes, conseguiu uma venda mais expressiva por ter variedades maiores de publicações e materiais de papelaria. A produção desses outros materiais vem de um sentido de sustentabilidade econômica e complementa a produção dos livros. Segundo o editor, dificilmente um publicador consegue viver apenas da publicação e precisa, em boa parte das vezes, de alguma atividade complementar ou de produções auxiliares, como exemplificado. Para ele, essa própria instabilidade do mercado independente é a sua essência

A segurança que ele tem [editores independentes] é justamente pode ser arriscar, quer dizer, se dá pela sua instabilidade. O que eu quero dizer com isso? Vamos supor que esse ano surjam 10 editores Independentes, no final do ano que vem desses 10 fiquem três aguentando o rojão e segurando a onda. Então aí nesse lugar dos sete vão surgir outros 10 e essa instabilidade é que garante a manutenção do mercado (MOREIRA, 2022, informação verbal).

Segundo Cristiano, a fragilidade inerente do mercado de publicações independentes é uma força que mantém um ciclo de renovação, tanto de publicadores como de ideias e discursos dos que permanecem. Essa mutabilidade dos publicadores e a habilidade de se adaptar a diferentes condições e, no final, manter a autenticidade é, na maior parte das vezes, porque eles começam a publicar e gerar uma forte característica desse movimento.

Atualmente, Cristiano enxerga um momento de retomada, conta que nos últimos anos houve crescimento das feiras gráficas e literárias que animava muito os publicadores, mas devido a pandemia, acabaram diminuindo as suas atividades. Ele conta que com essa retomada e com uma mudança no quadro político do país, com a esperança de renovação e recuperação perante aos ataques sofridos, em diversas instâncias, mas também a cultura como um todo. E que nesse momento “a gente vai ter que conviver com o país que vai ter que se reinventar e eu acho que a gente tem que acompanhar isso, se reinventar no sentido de tentar participar ao máximo possível dos encontros que acontecerem” (MOREIRA, 2022, informação verbal). Como vimos em várias falas, essa coletividade proporcionada pelos encontros entre publicadores e também com o público é um ponto de extrema importância, assim, existe muita

esperança nesse momento de retomada e renovação para que as publicações independentes se desenvolvam ainda mais.

#### **4.1.7 Rafaela Jemmene - Artista Visual**

Rafaela<sup>26</sup> é uma artista visual de São Paulo, formada na faculdade de Belas Artes da USP, com mestrado e doutorado em poéticas visuais da UNICAMP. Começou a explorar o mundo editorial através do livro de artista, mais próxima a sua área de formação. Isso teve começo em 2009 quando organizou uma exposição com livros de artista na Casa Contemporânea que contou com discussões sobre o tema e as publicações, posteriormente, culminou na criação de uma biblioteca para essas obras.

A partir dessa primeira experiência na exposição, a artista foi abordada pela organizadora da feira Tijuana que propôs um espaço para Rafaela, com isso foi criada a plataforma para livros de artista chamada Sobre Livros<sup>27</sup> onde Rafaela trabalhou junto com outros colaboradores na plataforma de 2010 a 2017, muito focados nessa ideia do livro, mas com o tempo e mais entendimento do meio, passaram a cunhar o termo publicação de artista para abarcar essas obras que extrapolavam o formato tradicional.

Com o passar do tempo e outras atividades que tomaram mais atenção da Rafaela, a plataforma chegou ao fim e ela mudou o foco para suas próprias publicações impressas. A artista conta que atualmente procura formar um grupo para a distribuição das publicações em feiras, já que, segundo ela, estar presente em diferentes feiras se torna uma tarefa complicada de conciliar com outras atividades. Como vemos com o relato de outros entrevistados, a estratégia de se organizar coletivamente é muito usada para que exista uma representação em diversas feiras de maneira mais ampla, sem que necessariamente o produtor, artista ou editora esteja lá presencialmente.

Sobre a produção, Rafaela conta que faz todas as tiragens em casa, assim, prioriza a produção de livros no formato A5 que são facilmente impressos e manuseados em uma impressora doméstica. Além de partir para a impressão gráfica apenas quando trabalha com cartazes, já que o formato e, possivelmente, o uso maior de cores, dificultaria essa impressão caseira. A artista também aborda o uso da

---

<sup>26</sup> É uma artista visual, doutora e mestre em artes visuais pela Unicamp, baseada em São Paulo - SP. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/jemmene/>. Site: <https://www.rafaelajemmene.com/>

<sup>27</sup> A sobrelivros foi uma plataforma organizada pelos artistas Rafaela Jemmene e Bruno Mendonça entre os anos de 2010 e 2017, atuando principalmente no segmento das Publicações Independentes, a plataforma promoveu uma série de projetos híbridos, em sua maioria colaborativos e transdisciplinares. <https://sobrelivros-sobrelivros.tumblr.com/>

terminologia “publicação de artista”, porque a maior parte dos meus trabalhos pressupõem tiragem ainda que pequena porque eu faço tudo. Eu imprimo, eu faço encadernação tudo é eu mesmo que organizo, faço o design e faço essa publicação, essa escolha veio muito de querer ter uma autonomia na hora da produção, não depender tanto de gráfica para fazer sabe isso. Mas eu hoje estou repensando também, porque às vezes é muito trabalhoso você mesmo fazer a sua tiragem, né? Você fica um tempo naquilo e eu já questiono um pouco (JEMMENE, 22, informação verbal<sup>28</sup>).

Ela afirma repensar essa escolha de realizar a produção de todos os livros e tiragens de maneira manual, justamente pelo fato de ser um trabalho lento e custoso, muito como foi exemplificado pelo Ricardo da Editora Experimentos Impressos anteriormente. Assim, procura no futuro a possibilidade de mesclar a produção na gráfica com a manual e fala que ainda vai continuar “fazendo livros porque tem alguns livros que são importantes para mim serem feitos assim, porque eles têm algumas características que dificilmente eu conseguiria numa gráfica, mas tem outros que eu acho que eu posso fazer de outro jeito” (JEMMENE, 2022, informação verbal). Muito dessa ideia de mesclar modos de produção vem após a experiência dela com uma editora maior em uma residência artística, onde passou alguns meses totalmente focada na preparação do texto e no design do livro. A partir disso, pode começar a ver também a sua produção de outra forma, com diversas possibilidades que poderiam ser mescladas para otimizar suas práticas.

Em relação às feiras gráficas, Rafaela nota que por volta de 2010 quando começou a frequentar esses espaços, elas tinham um perfil voltado às publicações de artistas e obras desse cunho em sua maioria. E, atualmente, afirma que vê uma mudança de caráter das feiras, que “os tipos de trabalhos que são vendidos. Trabalhos como os meus, muito ligados a arte, eles perderam um pouco espaço, tem outros tipos de publicação que tem espaço maior, o que não é bom, nem ruim, são momentos” (JEMMENE, 2022, informação verbal). É muito interessante também ver essa relação do trabalho da Rafaela junto com os de outros entrevistados e as consequências das mudanças no perfil das feiras. Essa visão de uma perda de espaço dos livros de arte ou muito focados unicamente na experimentação gráfica, também é apontada pela Titivillus, que tem um foco maior no texto e faz parte deste movimento de mudança. Ou seja, já existem movimentos bem marcados dentro do mundo das publicações independentes que organizam de formas distintas os publicadores.

---

<sup>28</sup> Entrevista concedida por Rafaela Jemmene ao autor em 20/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Rafaela no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.



Para ela, nesse primeiro momento, havia "mais espaço para livros de publicação mais de artista mesmo, não tão dedicados a ter uma editora. Eu acho que isso vai também de as pessoas que participam do processo observarem o que está acontecendo"(JEMMENE, 2022, informação verbal). Com esse início promovido e fomentado pelos artistas, principalmente na década de 1980 com o aumento da popularidade dessas feiras no Brasil, que tem como marco a edição inaugural da Feira Tijuana que aconteceu na Galeria Vermelho em São Paulo. Assim, por estar acontecendo em uma galeria, Rafaela conta que havia um público tanto expositor como visitante muito atrelado a esse espaço que determinou o início do movimento.

Posteriormente, com proliferação das feiras através da feira Plana, segundo a artista, houve uma popularização desse movimento, mais pessoas de outros lugares participando e esse perfil inicial foi se modificando. Com essas mudanças, ela viu que "às vezes a terminologia 'publicação de artista' também caiu muito no banal sabe, mas assim às vezes assim, você tem uma pesquisa meio rasa e já fala que trabalha com publicação de artista" (JEMMENE, 2022, informação verbal). Para Rafaela, por trás das publicações de artista existe uma pesquisa e um trabalho de preparação muito grande que faz parte da essência desse tipo de obra e que, muitas vezes, abdicar dessas etapas acaba por esvaziar esses trabalhos de diversos significados que ela acredita serem importantes para esse tipo de produção.

Como forma de circulação das publicações Rafaela conta também com uma loja online, mas que seu principal canal são as feiras gráficas, relata também que participou de feiras online. Para a artista esses eventos online são mais complicados, já que as publicações pressupõem um manuseio e interação física, que se perde no ambiente virtual. Também segundo ela o "online fica mais complicado quando você não é uma editora, né? Porque eu acho que mesmo as pequenas editoras elas têm uma estratégia de distribuição muito mais elaborada que a minha"(JEMMENE, 2022). Assim, podemos notar também uma diferença da constituição de uma pequena editora, que até pode ser composta por apenas uma pessoa, e um publicador que atua sozinho apenas com seu "próprio nome" como marca. Acredito que até exista uma influência da pretensão de cada negócio, em que uma pequena editora já vai se estruturar de uma forma diferente e se inserir em outros meios. Diferente de um produtor sozinho, que muitas vezes tem mais essa ligação com a produção artística e está nas feiras e espaços independentes para distribuir sua produção. Essa diferenciação da figura do Editor para o Produtor também é uma questão que parece ter potencial de maior investigação, para que possamos entender melhor o que influencia as escolhas na autointitulação de cada um em uma das figuras.

Referente à pandemia, Rafaela conta que — como para todos os entrevistados— teve um impacto muito grande na sua vida, ela estava finalizando seu doutorado e no fim de 2019

retornou o foco para as publicações e as feiras, começou a viajar para diferentes cidades e participar destes eventos. Então, com o início do isolamento social em março de 2020, ela se viu sem um caminho definido do que poderia fazer, já que anteriormente planejava passar o ano viajando e presente em diferentes feiras. Passou então a reformular seu *site*, formou um coletivo com outros quatro artistas e, nesse período, organizaram um festival *online*, como mencionado anteriormente, e também participou de algumas feiras gráficas virtuais.

Sobre as feiras *online* nesse período, ela conta que diferentes organizadores tentaram estabelecer diversos formatos, alguns faziam apenas uma vitrine das publicações em um *site*, outros faziam bate-papo e até entregavam um espaço de suas redes sociais para que o artista sozinho apresentasse sua obra. Rafaela conta que encontrou dificuldades para a comercialização nesse período: "Eu acho difícil vender online, eu acho bem difícil, eu não sei como foram para os outros, mas para os meus trabalhos é uma grande dificuldade em vender, mas eu achava bom estar lá porque é uma forma que você falar estou vivo, estou trabalhando" (JEMMENE, 2022, informação verbal). Vemos como esse espaço e a presença nas feiras *online*, como para muitos, não se apresentou como um momento propício de muitas vendas, mas que foi utilizado como um recurso para manter seu nome ou marca relevantes no meio e na mente de quem consome esse tipo de publicação.

Nesse momento de retorno presencial e a volta das feiras, Rafaela pretende realizar mais publicações e, como mencionado anteriormente, organizar esse coletivo com outros artistas para representação em feiras e eventos diferentes. Pensa também nessa coletividade como meio para aumentar a circulação dos trabalhos, com a oportunidade de passar a ir em eventos de outros países da América Latina.

#### **4.1.8 Chris Fuscaldo - Garota FM Books**

Chris é natural do Rio de Janeiro, tem formação em Jornalismo e já atua na área há 23 anos. Desde cedo queria trabalhar com livros, em razão dessa vontade também começou a cursar letras um ano depois do primeiro curso. Ainda criança, desenvolveu um grande interesse por música, muito influenciada pela família que era inserida no meio.

Logo, biografias sobre música começaram a chamar atenção, a leitura desse nicho de publicações se manteve presente na sua vida, no entanto, ao procurar obras referentes a alguns artistas específicos, como Zé Ramalho, ela descobriu que nada havia sido feito. Ao pesquisar mais sobre o artista, pode notar que não haviam nem muitas revistas antigas ou material escrito sobre ele, pensou então "ninguém vai escrever esse livro, ninguém escreveu, eu vou escrever, mas ao mesmo tempo eu era menina, né? E eu olhava todos os autores desses livros que eu lia

eram homens” (FUSCALDO, 2022, informação verbal<sup>29</sup>). É possível notar aqui a questão da representatividade, do modo que ela não via nos autores dos livros que consumia e como passou a ser essa presença que não teve antes. Chris conta que sempre foi atrás de coisas que pareciam não ser “feitas” para ela e isso ocasionou a criação de sua própria editora.

Chris teve uma longa jornada entre conhecer suas primeiras referências de música, biografias e o começo da editora. Trabalhou em diversas redações com revistas locais de Niterói e alguns sites que começaram a surgir em meados de 1999. Passou a trabalhar em diferentes empresas e a ter especialização em jornalismo na internet enquanto cursava a faculdade de letras. Em 2005, quando entrou no Jornal Extra, teve a primeira oportunidade de realizar uma entrevista longa, conduzida totalmente por ela, com o Zé Ramalho, artista que ela já vinha pesquisando há anos. A partir disso, uma entrevista de 15 minutos foi estendida para uma hora de conversa através do telefone, onde o cantor percebeu que ela já tinha um conhecimento bem extenso de sua vida.

O próximo passo de Chris foi mandar uma carta pedindo a autorização de Zé Ramalho para realizar a sua biografia. Ela conta que nessa época, a autorização do biografado era uma prática muito pedida pelas editoras para a publicação. No decorrer de 2007, Chris estruturou o projeto da biografia e já no início de 2008, começou a procurar editoras que estivessem interessadas na publicação. Entretanto, nesse período, o cantor Roberto Carlos conseguiu judicialmente proibir a veiculação da sua biografia, o que ocasionou em um movimento que levou as editoras a frearem boa parte dos projetos do gênero. Sem o apoio das editoras, Chris decidiu fazer a pesquisa e desenvolver o projeto sozinha, fez uma viagem até a Paraíba para pesquisar mais a fundo sobre a história de Zé Ramalho, mas ao chegar lá se deparou com um cenário que demandaria muito mais investigação e investimento do que pensava.

Após esse período, Chris iniciou o mestrado onde procurou explorar o processo de escrita da biografia do Zé Ramalho, assim, depois poderia transformá-lo em livro. Em 2015, foi o ano de sua defesa e também de liberação pelo Supremo Tribunal Federal das biografias, que poderiam novamente ser publicadas sem a autorização expressa do biografado, no entanto, as editoras não voltaram ao mesmo ritmo e práticas de publicações anteriores. Pouco depois, ela desenvolveu um trabalho sobre a banda Legião Urbana em conjunto com a gravadora detentora dos direitos e, assim, após conseguir autorização, procurou a editora Leya para apresentar o projeto de uma “discobiografia” que contava a história da banda por meio dos discos. O livro saiu no final de 2016, com vendas por volta de 10 mil cópias no primeiro trimestre, Chris teve

---

<sup>29</sup> Entrevista concedida por Chris Fuscaldo ao autor em 21/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Chris no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.

sua primeira obra publicada de forma tradicional, em que tudo parecia alinhado com o que ela esperava, no entanto, ela conta que a editora não pagou seus direitos autorais por três anos.

Logo após isso, Chris havia fechado um contrato com outra editora para terminar de escrever a biografia do Zé Ramalho, com um pequeno adiantamento, sendo que a autora contava com os direitos pagos da Leya pelo livro do Legião Urbana para poder focar na finalização da biografia. Sem isso, precisou voltar a fazer *freelas* para complementar sua renda ao lado do doutorado. Com esses fatores, não conseguiu terminar a biografia e desfez o acordo com a editora, entregou de volta o adiantamento e novamente a história de Zé Ramalho entrou em pausa.

Assim, no começo de 2018, sem conseguir dar prosseguimento a publicação do cantor e sem receber os direitos devidos da Leya, Chris teve a ideia de escrever uma publicação sobre os 50 anos da banda Os Mutantes que já haviam sido tema da sua biografia. Após todas essas experiências conturbadas com diversas editoras, ela procurou fazer sozinha essa publicação por meio do financiamento coletivo. Nesse período, a autora que estava nos Estados Unidos, se encontrou com Ana Maria Bahiana, uma das primeiras jornalistas de música da história brasileira, a partir dessa conversa e de sua passagem por várias lojas de discos, ela viu como Os Mutantes eram populares lá, e por isso, teve a ideia de fazer o livro em uma edição bilingue. Ao voltar dos Estados Unidos, ela colocou a campanha de financiamento coletivo no ar, desse modo, viabilizou a publicação do seu segundo livro e a criação da editora Garota FM Books<sup>30</sup>. O livro vendeu muito bem pelo financiamento e, posteriormente, as cópias que haviam sobrado. Em 2019, Chris, que também é cantora, submeteu uma música para o prêmio Profissionais da Música, mas notou que também havia a categoria “autora”, ela sabia que essa nomenclatura se referia as compositoras, mas submeteu o livro para avaliação. A organização do evento entrou em contato com ela, ao notar que haviam também outros livros sobre música lançados no mesmo período, e, assim, eles abriram uma categoria apenas para livros musicais, na qual, o livro sobre Os Mutantes foi premiado.

Depois desse momento inicial, Chris começou a receber pedidos de seus amigos para publicar através da Garota FM Books, já que eles também experienciaram diversos problemas em conseguir editoras ou no decorrer dos projetos. Chris precisava finalizar sua tese de doutorado entre outros projetos e decidiu pausar as atividades da editora. Foi apenas no final de

---

<sup>30</sup>A Garota FM Books é uma editora de livros musicais com base em Niterói - RJ. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/garotafm/>. Site da editora: <https://chrisfuscaldo.com.br/livros/garota-fm-books/>

2020 que ela voltou a publicar, desta vez, o livro de outra pessoa que garantiu uma experiência de editoração não para um trabalho que não era de sua autoria.

O financiamento deu certo e o livro foi publicado, e, como editora, Chris resolveu seguir com a evolução das práticas na Garota FM ao realizar outras publicações de pessoas que, desta vez, não tivessem uma relação próxima. Nesse período, ela começou a conversar com uma pesquisadora da Universidade de Brasília que tinha sua pesquisa sobre a vida de Renato Russo e queria publicar na Garota FM. A partir desse momento Chris aponta dois diferenciais de sua editora

[...] um é a transparência. Durante todo o processo, o autor fica com acesso a planilha aberta [de distribuição e venda] que é uma coisa que a gente não tem em muitas editoras, né? Elas falam que vendeu dez e a gente tem que acreditar. E a outra coisa é esse trabalho artesanal, tô fazendo um livro por vez, eu tenho vontade de fazer mais, mas eu também tenho os meus livros (FUSCALDO, 2022, informação verbal).

É curioso ver aqui o uso da expressão “artesanal” com um significado bem diferente do que estamos acostumados a relacionar com as publicações independentes, mas que de certa forma ainda está de acordo. Chris não fabrica os livros publicados pela editora com suas próprias mãos ou por meios de impressão manuais, mas ainda tem um processo editorial focado em cada publicação e com um ritmo mais lento, que, assim, define por ser artesanal. Desse modo, marca uma das principais diferenciações de sua editora como independente para editoras tradicionais, que poderiam trabalhar com diversos livros de maneira simultânea.

Ainda, sobre sua rotina de produção, a editora conta que procura sempre seguir um projeto após o outro, já que para produzir os financiamentos coletivos, ações em redes sociais e todo o necessário para a estruturação dessas publicações, precisa contratar uma pequena equipe que viabilize as rotinas editoriais. Logo, busca não deixar que exista uma brecha de tempo muito longa que precise bancar diretamente a equipe sem que algum projeto e financiamento esteja veiculado. Ela conta também que pretende, com a evolução da editora, fazer menos financiamentos coletivos e passar a contar com outras formas de viabilização das publicações, já que os financiamentos foram sua solução para iniciar a editora sem contar com um grande investimento.

Foi uma solução também ao pensar no perfil da editora, que é muito voltado para um nicho de pessoas interessadas em publicações sobre a história da música no Brasil, também em publicação que tem, em sua maioria, um tom biográfico. Isso traz, segundo Chris, algumas especificidades quanto a percepção das publicações da editora, “os nossos livros, por exemplo, eles saem no caderno de cultura, eles não saem no caderno de literatura. Na imprensa, né? Então leitores desses cadernos de cultura que vão ser atingidos, mais do que o nicho da literatura,

então assim tem algumas particularidades” (FUSCALDO, 2022, informação verbal). Assim, ela também procurou fazer com que a distribuição das publicações fosse de acordo com esse público consumidor e o perfil da editora,

[...] em São Paulo, por exemplo, tem a galeria do rock que tem um monte de loja de discos de vinil e a gente vende livros em lojas lá da galeria. E eu tinha mais interesse nisso do que ter o livro, por exemplo, na Saraiva ou na Cultura que são livrarias enormes que não estão pagando as editoras (FUSCALDO, 2022, informação verbal).

Ela comenta que mantém uma parceria com a livraria Travessa que repassa as vendas de forma constante e, além disso, possui uma área específica para livros de música e também com livrarias pequenas e sebos de São Paulo. Chris afirma que gostaria de expandir a circulação de suas publicações nestes locais, mas que encontra muita dificuldade de fechar parceria com distribuidoras de livros, boa parte delas nem responde seus contatos por ser uma editora menor. Chris procura então, de certa forma, remediar isso com a disponibilização dos livros em *ebook*, com um período diferente entre o lançamento do livro físico e do virtual, que são comercializados através de uma grande distribuidora digital que faz a circulação dos livros no Brasil e internacionalmente.

Em relação aos livros físicos, foi adotada a medida de os financiamentos terem sempre a meta de mil exemplares, posteriormente, com metas estendidas de maior número, devido ao da editora trabalhar inteiramente pela forma *home office*, então, a sede comercial é também a casa da Chris. Logo, não há espaço disponível para guardar uma grande quantidade de livros em estoque. Então, quando fazem o financiamento coletivo, eles imprimem uma tiragem para atender todos apoiadores e também uma venda externa inicial que é bem elevada durante o lançamento, as cópias restantes são enviadas para os diferentes pontos de venda conforme demanda. Depois que essas cópias da primeira tiragem são esgotadas, a editora coloca a publicação em *Print on Demand* (POD), onde as cópias são impressas conforme cada pedido, essa é uma maneira de manter os títulos no catálogo de forma permanente, mas que também acaba encarecendo e diminuindo a qualidade de cada exemplar. Essa maneira de impressão também permite que os livros sejam comercializados em diversos *marketplaces online*, com a produção completamente centralizada na empresa que administra o POD.

Em relação aos financiamentos, Chris conta que a editora pretende parar de contar unicamente com plataformas de terceiros para organizar as publicações e gostaria de ter no próprio *site* toda a estrutura para fazer os próprios financiamentos. Isso faria com que não fosse mais necessário pagar as taxas de outras plataformas e também controlar totalmente como ela gostaria de estruturar suas campanhas. Outra maneira de viabilizar as publicações é fazer

parcerias com autores ou organizadores que queiram publicar seus livros, que eles paguem os custos necessários ou que busquem investimentos por conta própria. Assim, busca começar uma prática de co-participação dos autores, prática que é utilizada amplamente por editoras tanto independentes como tradicionais.

Para Chris, um grande objetivo seria também que a editora pudesse bancar livros e autores que não tivessem as condições de parceria e, posteriormente, recuperar todo o investimento na venda. Isso então possibilitaria o pagamento da equipe e adiantamentos para os autores, práticas mais próximas das editoras maiores. No entanto, esse ideal vem justamente da experiência conturbada que teve com editoras desse tipo, procurando que autores que escolhem trabalhar com a Garota FM Books sejam tratados de outra maneira.

Também conta que a seleção dos textos publicados tem que fazer sentido com o nicho da editora e a “mover” de alguma forma, porque é a partir do seu repertório que ela consegue estruturar as campanhas e fazer todo trabalho necessário nos livros. Ela diz que, até o momento, os serviços foram um investimento na editora, os financiamentos têm um pequeno valor de editoração, mas ainda não retornou lucro para a empresa. Aqui também é possível ver como a questão da sustentabilidade do negócio é parecida com muitos outros publicadores entrevistados, já que a editora precisa de outros projetos para obter um sustento e as publicações conseguem suprir os gastos e financiar uma pequena equipe que colabora nas atividades diárias.

Com todo esse cenário levado em consideração, Chris conta que está contente com a evolução da editora, até o momento, não teve prejuízos advindos de qualquer projeto e também, a cada publicação, consegue firmar o nome da Garota FM Books no mercado, tanto de literatura como musical. Espera no futuro desenvolver a editora e conseguir estabilizar ainda mais as questões relacionadas ao sentido empresarial do empreendimento, assim, com a possibilitando maior crescimento.

#### **4.1.9 Paula Cajati - Editora Jaguatirica**

Paula Cajati faz parte da Editora Jaguatirica<sup>31</sup> com base no Rio de Janeiro, teve seus primeiros contatos com a vida editorial ao escrever textos próprios, mas sem publicá-los inicialmente. Em 2006, decidiu começar a trabalhar mais ativamente nesses textos e também a traçar um caminho na área literária, em primeiro momento, com consultas de escrita para

---

<sup>31</sup>A Jaguatirica é uma editora independente fundada em 2012 no Rio de Janeiro - RJ que publica livros com qualidade de conteúdo e design e proporciona aos seus autores e leitores publicações compatíveis com o mercado nacional e internacional. Perfil no instagram: <https://www.instagram.com/editorajaguatirica/>. Site da editora: <https://www.editorajaguatirica.com.br/>

amigos e conhecidos. Posteriormente, fez um curso de administração editorial, ainda sem a pretensão de começar uma editora, mas procurava seguir com as atividades de consultoria.

No entanto, logo surgiu a ideia de criar uma editora de livros digitais, assim, nasceu a editora Jaguatirica Digital, com suas primeiras publicações no começo de 2010, ainda antes da formalização. Pouco depois dessas primeiras experiências da publicação digital os próprios autores começaram a pedir versões impressas dos livros, assim, a editora novamente procurou capacitações para atender essa demanda e começou a publicar os livros também em versão impressa. Sendo assim, podemos ver um processo quase que inverso ao que normalmente acontece em editoras, com a ideia do empreendimento que inicialmente era de apenas publicar livros digitais e precisa se adequar a uma demanda de impressos. Esse primeiro momento digital, em busca de preços de produção mais baixos, também mostra um conhecimento do mercado e tendências, já que na época os *ebooks* ainda não eram consumidos da maneira que são hoje. Mas também, seria possível inferir que, por esse mesmo motivo, os autores fizeram pedidos de cópias impressas.

Depois dessa mudança, Paula conta que poucos livros foram feitos exclusivamente no formato digital, firmou parceria com uma empresa de *Print on Demand* para rodar os livros da editora. No entanto, após um período, essa empresa de POD fechou, eles precisaram, então, rodar todas as publicações pela impressão offset para não paralisar suas atividades totalmente. Passaram a contar com um estoque de todos os livros, começaram a lidar com a distribuição e consignação, práticas essas comumente associadas às editoras tradicionais. Essas mudanças no dia a dia e organização da editora levaram a uma queda na lucratividade. Assim, posteriormente, procuraram voltar parte da sua produção no formato POD, principalmente com fundo de catálogo, ou seja, livros com menor saída.

Em relação ao perfil da editora, Paula conta que por volta de 2017, ao analisar os números de fornecimento e saída de livros, eles perceberam que as obras de não ficção tinham uma lucratividade muito grande, diferente dos livros de ficção. Assim, começaram a direcionar o catálogo para este gênero e, com mais obras publicadas, os autores passaram a procurar a editora para viabilizar seus próprios livros. A editora conta também com alguns projetos pontuais de livros infantis, já que a produção dessas publicações é mais cara devido às necessidades específicas de ilustração, impressão em quatro cores, dentre outros fatores que fazem valer mais o uso de grandes tiragens. Na Jaguatirica, algumas das publicações são feitas a partir do sistema de co-participação, em que o autor paga parte ou todos os custos da publicação e, muitas vezes, ou não tem os recursos necessários para bancar uma grande tiragem ou também não quer ficar com um grande estoque de livros. Todos esses fatores fazem com



que esse tipo de projeto funcione em editoras voltadas especificamente para o nicho infanto-juvenil que muitas vezes focam em vendas para escolas e grandes editais governamentais.

Ao falar da relação entre as editoras tradicionais e independentes, Paula comenta o fato de que essas editoras não conseguem absorver o número de pessoas que gostariam de publicar suas obras. Já que, ao levar em conta todos os gastos de produção e investimento necessários para o lançamento de um livro, precisa existir um ponto de equilíbrio e quanto esse autor irá vender, para fazer sentido a publicação, não necessariamente, se leva em conta o conteúdo da obra específica. Acredito que para muitos isso já seja uma ideia muito direta sobre o funcionamento das editoras tradicionais, mas penso que podemos notar como o contraponto das práticas independentes é atrativo para publicadores que procuram uma liberdade criativa e de produção maior. Ela conta que

a gente tem uma negociação muito maior com o autor e não precisa ficar limitado ao autor que tem uma venda expressiva. E não precisa também fazer aquela questão da aposta dos *best-sellers* ou seja ficar apostando um monte de *best-seller*, porque aí um que acerta paga todos os outros que a gente errou, né? Então... assim... Eu não preciso também seguir essa lógica (CAJATI, 2022, informação verbal<sup>32</sup>).

. Sendo assim, em uma editora independente, quem vai ter que arcar com as consequências das vendas abaixo do esperado é o próprio editor/publicador que decidiu isso. Mas, possivelmente, a importância para ele de publicar esse material ultrapassasse a importância de obter um retorno financeiro, como vimos através do relato de outros entrevistados. Podemos ver como os valores culturais e simbólicos excedem a importância de obtenção de um capital financeiro.

Ao pensar sobre as relações entre editoras tradicionais e a possível definição de uma editora independente, Paula apresenta uma definição derivada do mercado editorial dos Estados Unidos em que “o editor independente é aquele em que não é o diretor comercial, ou o grupo editorial controlador ou o marketing que decide a publicação do livro” (CAJATI, 2022, informação verbal). Nesse caso, segundo ela, em uma grande editora, a figura do editor vai ficar abaixo do diretor financeiro, comercial, marketing e a decisão do que vai ser publicado não está nas suas mãos.

Ela apresenta também algumas categorias de estruturação editorial, em que “existem as editoras comerciais e independentes e dentro das independentes, você tem as prestadoras de serviço e você tem as editoras híbridas também” (CAJATI, 2022, informação verbal). Bem como editoras de nicho que muitas vezes não aceitam o sistema de co-participação para suas

---

<sup>32</sup> Entrevista concedida por Paula Cajati ao autor em 25/07/2022. Todas as demais citações como informações verbais de Paula no decorrer do texto fazem parte desta mesma entrevista.

publicações, com uma curadoria muito específica voltada para o seu tema. Nas editoras híbridas, que trabalham com o sistema de co-participação, o autor paga parte ou valor total para a produção do livro, mas usualmente também ele se enquadra em algumas normas que têm sentido no catálogo da editora. E, por fim, existem também as editoras de prestação de serviço, que não importa qual a obra ou tema, o autor paga completamente por toda a realização do trabalho para ter seu livro publicado.

Sobre o período de pandemia, Paula relata que mudou a estrutura da editora para a forma *online*, apesar de já haver uma prática híbrida na empresa. Sentiram uma mudança nas vendas em eventos de lançamento, baixa na comercialização desses momentos que antes eram de maior saída dos livros, em contrapartida, as vendas na Amazon e dos *ebooks* aumentaram. Conta que percebe uma flutuação no nível de venda muito grande, quando existem promoções e descontos, o número de exemplares vendidos aumenta muito, mas o retorno financeiro acaba por permanecer quase o mesmo.

Assim, afirma que uma das maiores dificuldades da editora como independente é esse equilíbrio financeiro, o fato de precisar atender diversas demandas que vem da editora e dos autores, mas com a possibilidade de apenas contar com uma equipe muito reduzida. Para além dos gastos intrínsecos para publicação dos livros, os autores procuram, posteriormente, ajuda para a divulgação, organizar os lançamentos e todas as coisas que demandam da editora uma estrutura difícil de organizar como uma empresa menor. Para Paula, tudo isso é compensado pela liberdade de escolher os livros que vai publicar, se apaixonar pelos projetos que desenvolve e também ter um contato muito próximo com os autores. Sendo assim, “essa parte assim do *network* da vivência editorial é muito boa porque é um trabalho, mas também é uma coisa tem um componente social que é muito satisfatório” (CAJATI, 2022, informação verbal), portanto, estar inserida nessa coletividade de alguma forma, as interações com as outras pessoas são importantes em todo esse processo

## 5 SISTEMATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS INDEPENDENTES

Com a evolução das práticas de publicação, distribuição e comercialização tanto por parte de publicadores independentes como editoras tradicionais, podemos ver não mais uma luta pelo domínio da produção simbólica e cultural, mas sim, uma descentralização em todos os sentidos de como essas instâncias funcionam. Para trazer uma sistematização dessas ideias coletadas e desenvolvidas no decorrer da pesquisa, vamos acionar os capitais de Bourdieu (2008, 2018) em relação às formas de ver o consumo através de Canclini (1992; 2008).

Entre grandes editoras e pequenas editoras independentes existem diferentes nichos, objetivos e práticas que, combinado com o alto número de sujeitos que fazem parte do mercado editorial, tornam as publicações extremamente diversas tanto em seus conteúdos quanto em suas materialidades. Talvez não exista mais um domínio tão marcado das grandes editoras sob as pequenas e independentes, tenhamos também algumas práticas de produção ou uso de recursos que sejam comuns entre estes polos produtivos. No entanto, em determinados momentos, pequenos produtores se mostram contrários ao que veem como prática de editoras tradicionais. E podemos ver como “ao mesmo tempo que se opõe implicitamente ao dependente [...] esse produtor se definirá a contrapelo de certos carrascos da dependência [...] que controlam a produção, a circulação e a consagração dos bens simbólicos” (MUNIZ JR., 2016, p.12). O produtor se mostra como um contraponto ao mercado e às instituições, e se molda, de certa forma, a partir da oposição ao que essas estruturas do grande mercado apresentam. Entretanto, igualmente, também se organiza em menor instância, como uma instituição, a pequena editora, e se insere no mercado independente, de menor escala. A partir deste entendimento, vamos organizar a discussão dos resultados da pesquisa através de três tópicos principais que se revelaram essenciais para explorar as facetas das publicações independentes: a instância econômica; a instância simbólica; e a tradução destas duas instâncias em práticas independentes.

### 5.1 INSTÂNCIAS ECONÔMICAS DO MERCADO INDEPENDENTE

Ao iniciar essa investigação e explorar as pesquisas já existentes sobre o tema, muitas questões chamavam nossa atenção, desde o público consumidor das publicações independentes, as identidades dos publicadores e suas motivações, os modos de produção e circulação. Em um evento um professor me perguntou sobre qual a relevância disso em um nível econômico, se alguém poderia igualar as publicações independentes a um trabalho formal e qual seu impacto. Por muito tempo procurei levar a pesquisa com esse foco fechado na viabilidade econômica de

se publicar livros de uma maneira independente, já que, por que alguém faria isso sem nenhum ou mínimo retorno?

Em outro evento<sup>33</sup>, ao participar de uma mesa redonda, com diversas perguntas voltadas à relação econômica, a artista visual, presente aqui também como uma das entrevistadas, Renata Dias Maciel, enfatiza que, para além disso, outras questões também são muito importantes nas publicações independentes. Me fez enxergar um caminho mais multifacetado para seguir e explorar as publicações, me mostrou como existem diversas práticas, significações, vontades, necessidades que estão presentes nesse meio. Podemos ver então, como as colocações apresentadas por Renata se relacionam tanto às publicações independentes como a um sistema muito maior que engloba a produção cultural, em que

O comércio de arte – comércio das coisas de que não se faz comércio - pertence à classe das práticas em que sobrevive a lógica da economia pré-capitalista [...] e que, funcionando como se tratasse de *denegações* práticas, não conseguem fazer o que fazem a não ser procedendo como se não fizessem (BOURDIEU, 2008, p. 19).

Ou seja, mesmo ao estarem inseridos em um sistema capitalista, em que precisam obedecer suas regras, pagar contas, funcionários, fornecedores, materiais, tomam parte em práticas do comércio de arte e uma *denegação* da busca maior pelo retorno financeiro. O artista visual Giba, declara com veemência como é importante para ele o fato de não precisar prestar justificativas para ninguém, poder fazer o que quiser, um dos fatores mais compartilhados entre os entrevistados. O que me chama a atenção é falar que as “besteiras e consequências” são só dele, então, vai muito ao encontro a essa ideia de que não é necessária a autorização de alguém, mas que as consequências disso, prejuízos, perdas, etc, também serão só dele e não irão afetar a mais ninguém. Outros entrevistados compartilham dessa mesma visão, como Ricardo, da Experimentos Impressos, e Cristiano, da Papel do Mato, demonstram como o retorno financeiro, esse capital econômico não é, necessariamente, seu maior objetivo. No entanto, eles não deixam de estar inseridos no meio comercial que faz parte do ciclo das publicações, com ganhos econômicos, já que estão inseridos em um sistema capitalista. Precisam dar conta de todos custos de manutenção de seus negócios, desde insumos, viagens, produção até o pagamento de terceiros, pessoas da equipe e seus próprios honorários. Podemos ver então como

Neste cosmo econômico definido, em seu próprio funcionamento, por uma recusa do comercial que, de fato, é uma denegação coletiva dos interesses e ganhos comerciais, as condutas mais ‘anti-econômicas’, as mais *desinteressadas* visivelmente, aquela que, em um universo ‘econômico’ habitual seriam as mais condenadas sem o menor dó, contêm uma forma de racionalidade econômica (até mesmo, no sentido restrito) e,

---

<sup>33</sup> Dia de PE, em 2019, evento promovido pelo curso de Comunicação Social - Produção Editorial da UFSM.

de modo algum, excluem seus autores dos ganhos, inclusive ‘econômicos’, prometidos aos que se conformaram à lei do universo. (BOURDIEU, 2008, p. 20)

Canclini (1992; 2018) apresenta a noção de racionalidade econômica em que o consumo é entendido como lugar de reprodução da força de trabalho e de expansão do capital. O autor contextualiza como as práticas de consumo são plurais e não podem ser minimizadas sobre uma perspectiva determinista. As escolhas dos consumidores não são apenas pautadas por decisões corporativas, assim “a dimensão cultural do consumo e as formas de apropriação e usos devem ser tão centrais na pesquisa quanto às estratégias de mercado” (CANCLINI, 1992, p.3)<sup>34</sup>. Entender como as pessoas selecionam o que consomem e a valoração que dão a determinados produtos, de alto ou baixo valor econômico, estão intrinsecamente conectadas ao modo de produção independente. Embora haja uma negação da racionalidade econômica, é preciso lembrarmos que as publicações independentes se vinculam à ideia de um produto cultural: “os chamados produtos culturais possuem valores de uso e troca, contribuem para a reprodução da sociedade e por vezes para a expansão do capital, mas neles os valores simbólicos prevalecem sobre os utilitários e comerciais.” (CANCLINI, 1992, p.3)<sup>35</sup>. Logo, passamos a entender como as práticas econômicas presentes no meio independente podem ser ambíguas, por um lado, quem faz parte desse meio dificilmente busca um retorno financeiro extremamente alto, tem motivações como a vontade de transmitir uma mensagem, ter liberdade para produzir, dar oportunidade para outros autores. No entanto, é impossível negar completamente essa instância, já que, ainda comercializam suas produções, precisam que essa esfera econômica faça sentido com o estilo de produção que escolheu. Uma espécie de ciclo que ao olhar de fora por vezes pode nos parecer contraditório, mas que ao escutar esses publicadores e procurar entender as práticas envolvidas no meio, podemos ver que tem uma cadência e especificidades que são legítimas para quem está envolvido.

Outro exemplo que carrega contradição, apontamos a noção de que no mercado independente as decisões não se concentram na mão de um editor que seleciona quais autores vão ou não ser publicados. Mas em pequenas editoras ou na autopublicação, essa função está também concentrada na mão de quem controla as decisões, a diferença está na escala, e talvez, nas expectativas que estes empreendimentos editoriais manifestam. Já que normalmente

---

<sup>34</sup> No original: la dimensión cultural del consumo y las formas de apropiación y usos deben ser tan centrales en la investigación como las estrategias del mercado

<sup>35</sup> No original: los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles

diferentes autores não vão esperar serem publicados por editoras de autopublicação ou pequenos empreendimentos, e a liberdade de escolha da publicação não é perpassada pelos interesses alheios de grandes grupos ou metas de venda, as decisões criativas e literárias ficam ainda assim concentradas na figura de um editor/publicador.

A partir destas duas contradições é possível fazer um paralelo com a oposição entre o que é o “comercial” e o “não comercial” que Bourdieu apresenta, e as editoras tradicionais e publicações independentes. Podemos notar como essas oposições nos cenários diferentes de produção se apresentam nos níveis de trabalhos, dificuldades encontradas, objetivos, talvez não tão extremas atualmente no cenário brasileiro, mas definitivamente existentes. Notamos essa dicotomia através dos modos de produção de publicadores independentes, mas também em suas falas, em que veem nas editoras maiores algo do qual não querem fazer parte. Assim,

Essas pequenas editoras inovadoras, embora pesem pouco no jogo como um todo, asseguram a razão de ser do jogo, o que justifica sua existência, e são, assim, um “ponto de honra espiritual” – são, por isso, um dos princípios de transformação desse jogo. Pobres e despossuídas, elas estão, de certo modo, condenadas a respeitar as normas oficiais que o universo como um todo professa e proclama (BOURDIEU, 2018, p. 215).

Esse ponto das formas de “estar no jogo”, como já mencionado anteriormente através de Thompson (2013), a partir de Bourdieu, trazem ideias que podem parecer muito extremas ou separatistas entre grandes e pequenas editoras, de quem está apenas atrás do lucro e quem responde a um chamado “sagrado”. No entanto, mesmo levando em conta como esse viés é enviesado pelo discurso e ideias pessoais de quem está envolvido no jogo, é digno de nota como vemos discursos parecidos em momentos e cenários diferentes. Desde como Bourdieu se refere ao sistema editorial francês, de como Thompson traz exemplos desse discurso em outro período, como Lalli e Schöndube (2012) apresentam as ideias dos jovens editores independentes no México, mas também como através das entrevistas vemos no discurso dos publicadores uma racionalidade semelhante.

## 5.2 INSTÂNCIAS DE SIGNIFICAÇÃO DO PRODUTO SIMBÓLICO

Na Racionalidade Sociopolítica Interativa Canclini (1992) enxerga o consumo como o lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social. Nessa racionalidade o autor aponta uma mudança “de ver o consumo como um canal de imposições verticais, passamos a considerá-lo um cenário de disputas sobre o que a sociedade produz e as formas de uso” (CANCLINI, 1992, p. 4)<sup>36</sup>. Podemos notar a importância dada pelo autor ao

---

<sup>36</sup> No original: de ver al consumo como un canal de imposiciones verticales pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.

levar em conta as instâncias interativas do consumo, apresenta como não se trata apenas de decisões unilaterais que afetam a todos, mas a incorporação de demandas à apropriação dos bens culturais. A ênfase dada pelos publicadores como atores no cenário independente, perfaz o movimento de disputa pela produção editorial, por outras formas de se ver e compreender o que é e o que pode ser publicado e, portanto, consumido e lido. De certa maneira, alguns publicadores se colocam no lugar de um leitor não satisfeito com as opções do mercado tradicional e a partir disso iniciam sua produção.

Também muitas vezes as pequenas editoras seguem o ideal da produção literária como arte e se afastam do modelo de negócios das grandes editoras, não apenas por princípios imaculados, mas pela falta de opção e acúmulo de capitais simbólicos e econômicos suficientes para ser um ator de destaque no jogo. De uma forma ou de outra, sua produção segue regras esperadas por publicadores/artistas, a qual insere inovações em um mercado que estaria esvaziado de simbolismo se ficasse completamente dominado pelos ideais comerciais. Como propõe Bourdieu (2008), o polo cultural se estabelece distante do comercial.

Além da questão econômica e da defesa de um movimento independente do mercado, estas relações de oposição à esfera tradicional também podem ser associadas com uma Racionalidade Simbólico-estética. Canclini (1992), apresenta o consumo como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos, com a disponibilidade cada vez maior de produtos e práticas que marcam as diferenciações de classe também por fatores mais subjetivos. Assim, podemos ver como

Tanto nas classes hegemônicas quanto nas populares, o consumo vai além do que poderia ser entendido como necessidade, se o definirmos como essencial para a sobrevivência. A desigualdade econômica torna os setores subalternos mais dependentes do material, para vivenciá-lo como uma necessidade e até mesmo como uma urgência, mas seu distanciamento dos grupos hegemônicos também é construído por diferenças simbólicas (CANCLINI, 1992, p. 4)<sup>37</sup>.

Essas diferenciações simbólicas aparecem em nossa sociedade de diferentes formas e aplicadas aos mais diversos âmbitos, ao olhar as dinâmicas das publicações independentes podemos ver como essas questões são de importância para os publicadores. Muitas vezes ao falar da cultura independente de alguma forma se ouve a interpelação “independente a que?”, que é algo muito difícil de se responder, talvez, realmente sem uma resposta definida. No

---

<sup>37</sup> No original: Tanto en las clases hegemónicas como en las populares el consumo desborda lo que podría entenderse como necesidades, si las definimos como lo indispensable para la supervivencia. La desigualdad económica hace depender más a los sectores subalternos de lo material, a experimentarlo como necesidad y hasta como urgencia, pero su distancia respecto de los grupos hegemónicos se construye también por las diferencias simbólicas.

entanto, essa provocação dada pelo questionamento parece estar presente na expressão de ser independente, mesmo sem um oposto tão definido (mercado, lucro, estrutura organizacional, etc), mas a visão de um “outro” que pode ser diferente para cada publicador.

Possivelmente no cenário editorial brasileiro atual não tenhamos uma diferenciação tão grande, como nos exemplos trazidos através de Bourdieu e Thompson, do poder das grandes editoras, mas o discurso dos menores ainda se mantém muito centrado nessa oposição. Como as grandes editoras são algo do qual não querem fazer parte, valorizam suas práticas independentes e a liberdade que possuem ao criarem suas publicações, devemos é claro, investigar como de fato essa diferenciação está estabelecida entre as editoras do país. É preciso levar em conta a importância do discurso, ouvir o que os independentes têm a dizer e o que deixam de dizer, já que nesses destaques e nas entrelinhas também existem posicionamentos passíveis de nota, do qual, de certa forma, ordenam a realidade do movimento independente e de seus publicadores.

O nível de evolução e crescimento de cada editora é um fator que pode influenciar seu posicionamento para mais perto ou mais afastado do pólo independente, “é no começo, nos tais primórdios necessariamente heroicos, que a escolha parece mais fácil: ao fim e ao cabo, não há muitas escolhas possíveis” (BOURDIEU, 2018, p. 223), nessas fases iniciais sem o acúmulo de capitais econômicos, simbólicos ou qualquer outro, a decisão por seguir ideais independentes é quase que o único caminho. Já com o crescimento, ou até talvez, a aproximação de um pólo mais comercial, esses ideais podem se modificar. Como diz a citação de uma editora de vanguarda trazida por Bourdieu “somos virtuosos por obrigação”, mas e quando essa obrigação não está mais presente, quando a editora alcança um patamar mais elevado tanto de capital simbólico quanto econômico, como isso afeta sua produção e suas decisões editoriais e maneira como se identifica no mercado? Assim, com o “crescimento do capital literário de uma editora se faz acompanhar, quase inevitavelmente, de um aumento do peso dos objetivos e critérios comerciais; na melhor das hipóteses, os dirigentes conseguem desacelerar o deslizamento em direção ao polo comercial” (BOURDIEU, 2018, p. 226).

Assim, é possível dizer que “mesmo se as pequenas editorias quisessem, não poderiam, e, de todo modo, não querem, pois não estariam na posição que ocupam e na qual se puseram se não tivessem as disposições necessárias para ocupá-la” (BOURDIEU, 2018, p. 223). Ou seja, as pequenas editoras não almejam chegar a um “nível maior” de produção/lucro ou de publicar autores extremamente populares, muito provavelmente porque essas práticas iriam minar o já conquistado capital simbólico acumulado através da publicação de obras de autores não tão conhecidos, mas de qualidade elevada. Vemos isso tanto no discurso de Bourdieu como dos



entrevistados, que afirmam não buscarem se equiparar com grandes editoras, mas ter seu sucesso e sustentabilidade dentro do meio independente e do que julgam ser mais importante, desde a experimentação gráfica e visual para Rafaela Jemmene, Giba Gomes e Renata Dias Maciel, Ricardo Rodrigues até o desenvolvimento literário prezado por Rodrigo Acioli e Cristiano Moreira.

Bourdieu apresenta um questionamento que podemos realizar ainda hoje, será que “a pequena editora que alcança o topo da consagração conseguirá preservar a combinação entre ousadia e moderação que lhe permitiu estar na classe das pequenas empresas” (BOURDIEU, 2018, p. 227)? Com o crescimento das editoras independentes e aproximação de práticas mais vinculadas a de editoras tradicionais, vemos uma visão por outros publicadores que já as diferencia de certa forma

então tem um pouco de monopólio, acho tão incrível isso mesmo no mundo independente tem umas concentrações de poder assim. Por um lado acho legal, porque são feiras super organizadas assim, mas ao mesmo tempo queria ver mais gente por trás. Mas é o que temos. É quase um monopólio, né? Incomoda um pouco, quem é independente mesmo. Apesar de que são fantásticos, né? O trabalho deles é fabuloso. Mas às vezes um pouco de desorganização é legal (RESPONDENTE 3, 2022, informação verbal).

Através desse trecho vemos um exemplo retirado das entrevistas sobre esse questionamento do que é ser independente, presente também entre pessoas que fazem parte do meio. O entrevistado enxerga como “monopólio” as ações de uma editora, algo que já não estaria tão próximo do ideal de ser independente conceitualizado por ele e possivelmente por seus pares mais próximos. Outro entrevistado ao mencionar a mesma editora, afirma que por ela se nomear independente ele já a enxerga como pertencente ao mesmo grupo que faz parte. Essas diferentes idealizações do sentido de que é ser independente são múltiplas e, ao que nos parece, não têm uma resolução definitiva. Tal qual a produção e o fazer artístico, como atividades cheias de subjetividades, vão elucidar diferentes ideias e conclusões, indicando a existência de uma Racionalidade Simbólico-estética que distingue e dá status ao independente.

Neste momento, acho muito interessante ver como a diversidade e diferentes percepções ainda estão presentes no ambiente de publicações independentes. Vimos muitos entrevistados, apresentando algumas definições, trazendo conceitos de outros países, mas acredito que o processo que vem se constituindo no Brasil, nos últimos tempos, tem sim suas especificidades e precisa ser estudado mais a fundo para que possamos compreendê-lo melhor. Por exemplo, alguém que trabalha de forma totalmente manual e sem uma equipe vê em uma editora independente de maior porte quase uma dominação dos eventos independentes na sua cidade, o que tem seu lado bom com várias ações organizadas para os publicadores, mas fala

que também gostaria de ver mais diversidade por trás disso. Principalmente com o trecho no qual afirma que isso pode “incomodar um pouco quem é independente mesmo”, mostra como as visões do que é ser independente podem ser muito mais complexas e multifacetadas do que em um primeiro olhar. Assim, ao levar em conta as dinâmicas existentes entre tais publicadores, vemos que “pelo fato da denegação da economia não ser um simples disfarce ideológico, nem um completo repúdio do interesse econômico, é que, por um lado, novos produtores que têm como único capital sua convicção” (BOURDIEU, 2008, p. 21).

Em relação a isso, Rodrigo da Titivillus e Cristiano da Papel do Mato afirmam que a renovação de pessoas que publicam de forma independente é o que mantém o segmento seguindo em frente. Desta forma,

são os recém-chegados que criam movimento; pelo simples fato de existirem e pela concorrência que assim instauram, com a abnegação (ou a autoexploração) que os torna competitivos, são eles que arrancam da imobilidade a ordem literária estabelecida (BOURDIEU, 2018, p. 228).

Podemos ver como essas questões de nicho e de produção influenciam também no que pode ser feito e com que escala. Os livros infantis e juvenis por contarem com mais ilustrações e cores em suas narrativas, se tornam caros para fazer em uma escala mais “moderada” com a necessidade de uma grande tiragem para baratear o preço final, o que acaba necessitando de maior investimento. Ao levar em consideração as diferentes formas de trabalho e execução de suas publicações que nos foi relatado até o momento, acredito ser possível ponderar como, nesse caso, uma escala menor e artesanal poderia viabilizar esse projeto para autores que não possuem oportunidades de realização do seu trabalho. Através de uma impressão e acabamentos artesanais com uma tiragem menor ou até mesmo a produção por demanda. Possivelmente teria um custo final consideravelmente elevado, mas conseguiria abastecer seu público alvo nichado perante uma demanda já existente, sem a necessidade de passar pelas diversas instâncias de distribuição e comercialização que priorizam obras em alta escala.

No entanto, mesmo através das informações obtidas nos questionários aplicados inicialmente nesta pesquisa é possível ver uma concentração de publicadores em uma mesma região e com formação muito semelhantes. Acredito que possivelmente essa diversidade esteja em uma crescente ou até mesmo uma visão e contatos com foco Sul-Sudeste infle esse viés no presente trabalho e em outras pesquisas no tema. Mas penso que esta seja uma questão de extrema importância para se pensar em termos de pesquisa e também ampliar perante a presença das feiras e publicações independentes para públicos diversos que talvez não tenham contato tão direto com estes materiais.

Nesse crescente e cada vez mais complexo cenário, a figura do editor passa por mudanças e diferentes definições atreladas ao termo, para Bourdieu (2018, p. 1999), o trabalho do editor “implica quase sempre uma consagração, uma transferência de *capital simbólico* (análoga à de um prefácio) cuja importância é proporcional ao grau de consagração daquele que a realiza”. Essa figura apresentada pelo autor, principalmente em relação às editoras francesas da época, talvez não seja presente de maneira tão forte em nosso contexto atual, mas fala muito sobre como a prática da publicação está baseada na transformação de um texto em um livro, em uma passagem, mudança de estado de algo em construção para algo materializado, finalizado.

Ao encontro com o que o Rodrigo da editora Titivillus aponta, Cristiano também enxerga como o equilíbrio entre a experimentação estética e tensão literária é importante na evolução do movimento de publicações independentes. Temos inicialmente nessa popularização das publicações e das feiras um grande foco na experimentação gráfica, com livros objeto e outras produções visuais. É possível notar uma mudança ou ampliação desse escopo a partir da fala de vários entrevistados, em que as publicações passam a ter um grande foco também no texto e nos discursos. Cristiano vê atualmente esse movimento como um desafio em que os publicadores independentes procuram estruturar um catálogo e identidade literária de suas editoras, algo que remete a preocupação por firmar uma distinção simbólica de seu catálogo frente às demais editoras, estando vinculado também a existência de uma Racionalidade Estética e Simbólica.

Outro fator que remete às distinções entre as editoras tradicionais e as ações dos publicadores independentes está nas formas de divulgação e, sobretudo, contato com os leitores e consumidores das obras em feiras gráficas, que nos alude à Racionalidade Sociopolítica Interativa e à Racionalidade Estética e Simbólica (CANCLINI, 1992), ambas como espaço no jogo de apropriação do ser independente e diferenciação com o mercado editorial tradicional. As feiras gráficas propõem uma lógica de exposição e consumo dessas publicações que foge do tradicional, os próprios produtores estão lá expondo e assim o consumidor tem um contato direto com o autor da obra, podendo dialogar sobre o processo de criação das publicações, intenções, novos projetos, etc. Algo que na livraria tradicional dificilmente aconteceria, no dia a dia os clientes que entram nesses ambientes tem uma grande variedade de livros à sua disposição, mas sem ter um contato direto com o autor. O outro lado dessa publicação, ou seja, sua concepção, desenvolvimento e o processo como um todo parecem uma realidade distante, que não pertence ao leitor. Já nas feiras gráficas e eventos similares que propõe essa interação, existe uma proximidade muito maior, o leitor se insere nesse meio do que é a publicação.

As feiras também são eventos para além de apenas a comercialização das publicações, tendo workshops, performances e diversas outras atividades culturais, fator que Canclini (2017) afirma como muito importante nas relações construídas nas feiras de livro tradicionais, em que para os leitores “as atividades que os envolvem em experiências importam. As feiras evidenciam a importância da relação individual com os livros e o pertencimento a comunidades de leitura” (CANCLINI, 2017, p.18)<sup>38</sup>, atividades essas, que estimulam uma percepção mais coletiva e de pertencimento dos consumidores nesse contexto. Essa relação de proximidade, por sua vez, nos leva a perceber as feiras gráficas como sistema de integração e comunicação, parte de uma Racionalidade Integrativa e Comunicativa do consumo (CANCLINI, 1992).

### 5.3 VISUALIZAÇÃO DAS PRÁTICAS INDEPENDENTES

Como forma de sistematizar as práticas apresentadas pelos produtores independentes, optamos por apresentar dois diagramas que representam as editoras organizadas em relação aos pólos comercial e independente, tangenciadas pelas instâncias de suas maneiras de financiamento e produção. Pensamos os primeiros eixos opostos entre comercial e independente através de Bourdieu (2008), que retomo aqui:

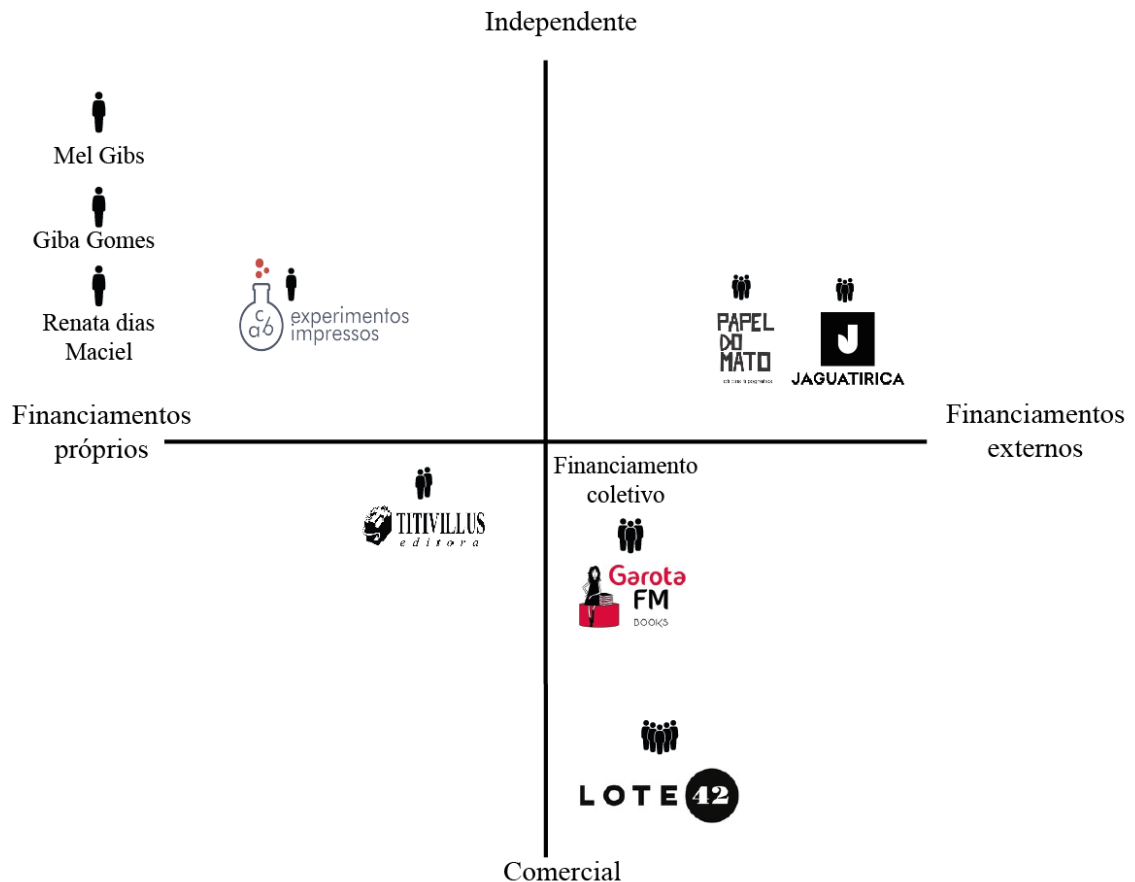
Um empreendimento encontra-se tanto mais próximo do polo comercial (ou inversamente, mais afastado do polo cultural), quanto mais direta ou completamente os produtos oferecidos por ele no mercado corresponderem a uma *demand* *preexistente*, ou seja, a *interesses preexistentes*, a formas preestabelecidas (BOURDIEU, 2008, p. 59).

Ao usar essa lógica apresentada por Bourdieu, podemos ver essas práticas atualmente em relação às publicações no mercado editorial no Brasil e como as editoras independentes se situam neste contexto. Assim, utilizamos um extremo do polo comercial e adequando as necessidades da presente pesquisa colocamos como oposto um pólo independente. Ao pensar o eixo que cruza pelo independente e o comercial, encontramos dificuldades em especificar dois fatores que dariam conta de sintetizar as informações necessárias. Logo, decidimos criar dois diagramas com eixos horizontais diferentes, um primeiro que apresenta as diferentes formas de financiamento utilizado pelos publicadores e outro que fala de suas práticas de publicação.

---

<sup>38</sup> No original: importan las actividades que los involucran en experiencias. Las ferias hacen evidente la importancia de las relaciones individuales con los libros y la pertenencia a comunidades lectoras.

Figura 7 - Formas de financiamento

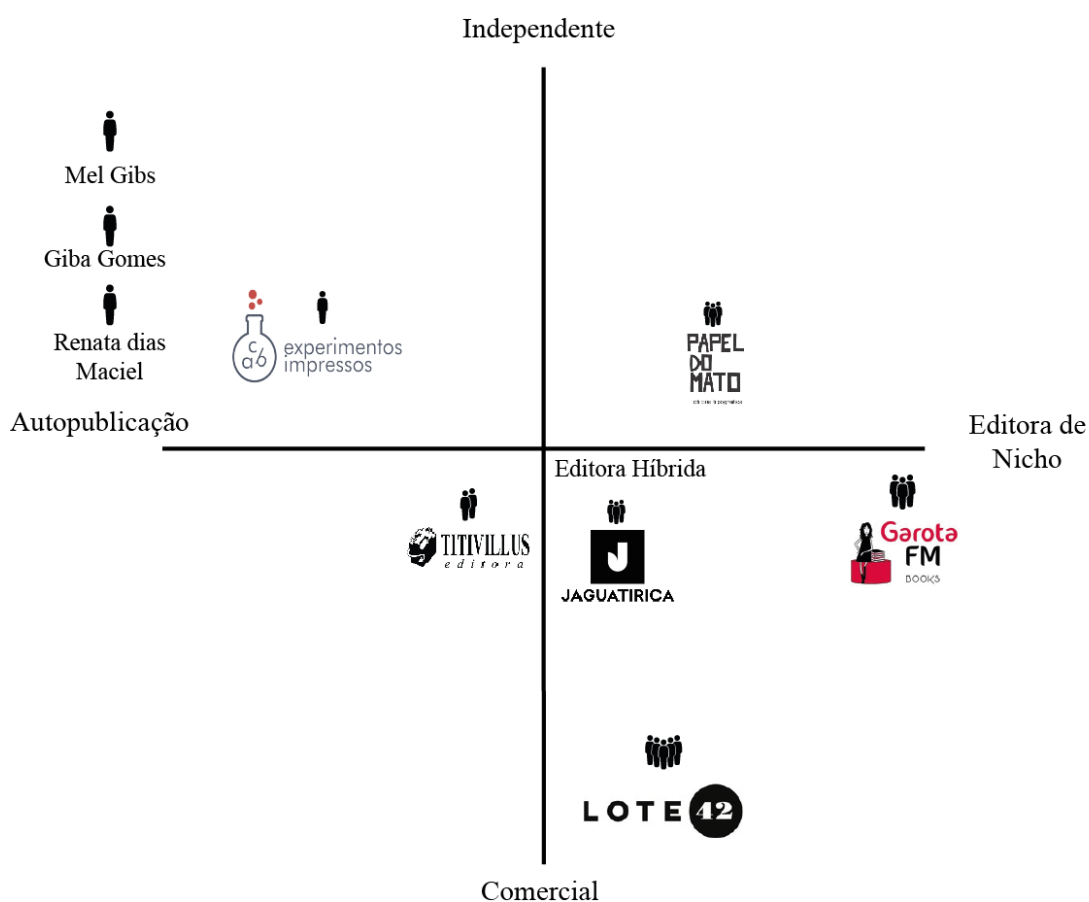


Fonte: autor (2022)

Nesse primeiro diagrama, como mencionado acima, procuramos explorar as diferentes formas de financiamento em relação às práticas do independente - comercial, distribuindo as editoras conforme afinidade maior de suas características. Optamos nos dois diagramas adicionar a editora Lote 42 devido sua importância no mercado independente e por ter sido mencionada na maioria das entrevistas. Da esquerda para a direita vemos um primeiro eixo de Financiamientos próprios que abarca as editoras e publicadores que financiam suas próprias publicações com seus recursos. No meio se encontra o eixo de Financiamento coletivo, prática cada vez mais usada no mercado editorial tanto por editoras independentes como comerciais. Levando em conta que todo modelo de negócio da editora Garota FM Books está vinculado a esta prática, concluímos ser um elemento essencial neste momento. Por fim, à direita apresentamos Financiamientos externos como formas de produção que não contam com um investimento econômico unicamente do autor da publicação, mas sim algo que vem já das editoras em si, da prática de co-participação, de recursos públicos ou até mesmo investimento

de terceiros. Posicionamos as editoras nos quadrantes a partir da análise das entrevistas e dados apresentados pelas editoras na internet, da mesma forma, utilizamos pequenos ícones acima de cada logo para auxiliar no entendimento visual da estrutura de colaboradores presente em cada editora ou projeto de publicadores. Sua proximidade mais para o eixo independente ou para o eixo comercial vem da constatação de práticas mais ou menos próximas do que consideramos ser as editoras tradicionais, ponto que viemos construindo através do relato das entrevistas e desta própria análise e do que os respondentes consideram e do que demonstram ser independente ou fazer parte desse movimento no atual cenário. Sem buscar ser uma resposta definitiva ou impor sobre a produção alheia rótulos que não são tomados por elas mesmas, mas sim, como forma de explorar como esse cenário se organiza mercadológica e simbolicamente.

Figura 8 - Formas de publicação



Fonte: autor (2022)

A partir deste segundo diagrama, vemos poucas mudanças, mas uma estrutura que é significativa para procurarmos entender outra faceta da organização dos publicadores independentes que também se apresentou de forma consistente durante a pesquisa. As formas

de publicação, nesse caso vemos a editora Jaguatirica entrando no quadrante mais próximo ao eixo comercial, já que suas formas de produzir, práticas como tiragem, estrutura da editora, etc., em relação aos demais publicadores mencionados, resultam nessa movimentação. Vemos a editora Titivillus também em uma posição próxima, como uma editora que é também de autopublicação em seu cerne, mas que desenvolve também diversas publicações de outros autores e se utiliza de práticas como a co-participação ocasionalmente. Em um cenário maior, precisamos também levar em conta os diferentes modos de financiamento, desde capital nacional e internacional, mas também sobre os diferentes apoios governamentais que estão presentes de diferentes formas em nosso ecossistema editorial.

Ambos diagramas, como mencionado anteriormente e reforço, são apresentados para uma visualização de práticas mencionadas e analisadas no decorrer do trabalho, sem fazer nenhum tipo de valoração sobre as editoras. Mas sim buscamos entender como se dão as movimentações do mercado independente para compreender se há estrutura comum, como funciona, como pode se desenvolver e impactar não apenas as obras, mas os publicadores e o público específico que já tem contato com esse nicho. Além de contribuir cada vez mais com o ecossistema editorial brasileiro ao reconhecer a pluralidade de publicações, publicadores e editoras.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar o pré-projeto deste trabalho tínhamos muitas questões sobre o mercado independente e seus publicadores, agora ao finalizar essa etapa saímos com muitas outras questões, mas com maior entendimento sobre alguns pontos dos quais nem tínhamos ideia no começo dessa jornada. Para tanto, iniciamos o texto com uma contextualização do mercado editorial brasileiro, suas dificuldades inerentes, momentos de crise e como as publicações independentes se inserem neste contexto, bem como, levamos em conta o impacto da pandemia de COVID-19 em todo esse processo.

No decorrer do texto procuramos trazer algumas pesquisas de outros acadêmicos para construir uma evolução, tanto temporal como conceitual, das produções referentes a publicações independentes. É notável a dificuldade apontada por grande parte dos autores na definição do que é ser independente, muitas práticas e noções diferentes parecem dispersar o conceito e as tentativas de fixá-lo muitas vezes acabam por engessar uma realidade fluida que está em constante mudança.

As mudanças proporcionadas pelo avanço tecnológico estão presentes em nosso dia a dia, nas mais diversas formas, isso vem também afetando o mercado editorial independente, com novas maneiras de publicar, novas plataformas e formatos. Após o início da pandemia e do distanciamento social, nos vimos ainda mais conectados através da internet, fator que também levou a mudanças no fazer das publicações independentes.

Através da experiência de observação participativa pude ter um grande contato com publicadores independentes de diversos lugares, obviamente, tudo de maneira online. Foram momentos de muito aprendizado, sobre como essas pessoas levam sua vida e suas relações com a publicação independente. A comunidade que pode ser construída e as práticas coletivas e colaborativas que muitas vezes são utilizadas para fortalecer e agregar ao que está sendo produzido.

Com a aplicação dos questionários após um momento de grande insegurança perante a dificuldade em angariar respostas, conseguimos chegar aos publicadores e ouvir um pouco mais sobre esse cenário construído pelos próprios. Poder contar com essa visão de alguém que está completamente inserido no meio foi muito importante, já que, com concepções formadas sobre o que estávamos propondo, muitas vezes podíamos procurar respostas sem nem mesmo ter feito as perguntas. Diversas questões apontadas pelos publicadores trouxeram reflexões que ainda não tínhamos ponderado, outras tantas frustraram hipóteses que procurávamos provar,



mas que certamente nos trouxeram mais perto de construir um trabalho que pudesse trazer algum avanço, mesmo que pequeno, às discussões sobre pesquisas independentes.

Em seguida partimos para a estruturação das entrevistas, desenvolvemos um roteiro de questionário para as entrevistas abertas, com o objetivo de dar espaço para que os publicadores trouxessem outros pontos que julgassem de importância. Começamos a entrar em contato com os respondentes dos questionários que haviam indicado interesse em continuar nas etapas de entrevistas, nesse momento já havia passado um considerável tempo do começo da circulação dos questionários, então tivemos alguns problemas com a retomada do contato e disponibilidade dos publicadores. Nesse período realizamos uma primeira entrevista piloto com a artista visual Renata Dias Maciel, para testar o roteiro das perguntas e o decorrer delas com alguém que já tinha experiência em feiras gráficas, ao final da entrevista a própria indicou outras pessoas que trabalhavam com publicações e poderiam estar dispostas a conceder entrevistas. Conseguimos então confirmar oito publicadores para serem entrevistados, pessoas com formações, ideais e práticas diversas que trouxeram uma colaboração para a dissertação.

A seleção destes diferentes atores do mercado editorial, por escolha e também acasos, se deu com o objetivo de trazer a voz de pessoas inseridas no mercado em diferentes instâncias, para que pudéssemos ter múltiplas facetas da realidade do mercado independente representadas. Desde artista visuais e editoras de autopublicação que contam com apenas uma pessoa no desenvolvimento do trabalho, editoras híbridas que contam em seu portfólio materiais de autopublicação, mas que também para otimizar a sustentabilidade de seu negócio fazem uso de práticas como co-participação ou outros financiamentos externos. Editoras que usam do financiamento coletivo como método de contornar a falta de investimento inicial e assim, conseguem alavancar suas publicações. Bem como editoras já mais estruturadas que por vezes podem bancar edições e tiragens para autores mais iniciantes que não teriam espaço no mercado tradicional.

Um fator comum entre os entrevistados, e que não deixa de ser uma das limitações da pesquisa, é o alto nível de formação acadêmica desses publicadores, em que boa parte deles possui ensino superior completo e alguns com cursos de Pós-Graduação. Por ser algo notável entre estes atores do mercado, vemos como o elevado acúmulo de capital cultural os propensa a desenvolver seus próprios discursos e achar espaços alternativos de publicação. Notam na produção tradicional um lugar que não abarca tantos conteúdos, posicionamentos e maneiras de produzir, utilizam-se então do seu capital cultural para veicular suas próprias obras e discursos. Igualmente, através de seu capital social também formam redes de apoio que muitas vezes, são as bases da continuidade de suas atividades.

Após os relatos das entrevistas, apresentamos uma sintetização das práticas independentes que conseguimos captar através dos passos metodológicos desenvolvidos durante a pesquisa. Analisamos os dados coletados e relatos dos entrevistados através do pensamento de Bourdieu (2008; 2018) sobre o mercado editorial e as racionalidades de consumo em Canclini (1992; 2008) para explorar as significações atreladas ao independente que se encontram presentes nos discursos que captamos. É possível notar como as questões econômicas aparecem tanto como dificuldades, mas também como um fator que não é central nas práticas independentes. Não se tem a ideia ou objetivos, na maior parte das vezes, de grandes retornos financeiros ou sucessos estrondosos de vendas, mas sim dão valor as possibilidades que a liberdade do independente lhes fornece, poder criar trabalhos como gostariam e com o discurso que lhes representa. Ou seja, a esfera simbólica parece prevalecer sobre a econômica também na voz dos publicadores.

Já nas formas de produção vemos como a coletividade é um fator importante para as publicações independentes, mesmo com alguns entrevistados que trabalham sozinhos, boa parte afirma que necessitam da colaboração de outras pessoas para desenvolver cada projeto. Como mencionado anteriormente, a ativação do capital social dos publicadores se mostra em diversas instâncias, desde pessoas que colaboram na produção de projetos pontuais, mas também na divulgação e criação de espaços que estejam abertos para a circulação de produções independentes, como é o caso das feiras gráficas, reiterada diversas vezes pelos informantes tanto nos questionários quanto nas entrevistas.

Uma das maiores questões que tínhamos há muito tempo era: o que é ser independente? Como mencionado algumas vezes durante o trabalho, acredito que dificilmente essa pergunta terá uma resposta definitiva e penso que isso nem seja um grande objetivo entre quem faz parte do mundo independente. Para quem pesquisa, talvez entender essa palavra como algo que está em constante mutação é o melhor caminho. Durante essa pesquisa me deparei com diversas possíveis conceituações, vindas de outros países, que levam em conta apenas a autodeclaração de quem participa ou de publicadores que enxergam ser independente com características bem específicas. Essas significações do independente são cada vez mais múltiplas, produções que utilizam de seu capital simbólico para multiplicar as vozes que são ouvidas no país. As mudanças e possibilidades que advêm disso, penso serem o motivo de que esse movimento se atualiza e adapta a diferentes épocas e que cada vez mais atrai pessoas para ampliar o escopo de suas produções.

Durante o período da pandemia de COVID-19, os produtores mencionam resultados conflitantes advindos do isolamento social, todos apontam como a tragédia que assolou o país

foi um momento difícil. Muitos apontam também as perdas para a cultura como um todo e que afetaram amplamente o mercado independente. As dificuldades de vendas durante a pandemia, sem os eventos presenciais e ao contar apenas com as lives que não apresentavam um resultado tão positivo, trazem pistas de que as publicações também são vistas como mercadorias. Com o começo de retorno das atividades presenciais os produtores contam como diversos lugares que eram apoiadores das publicações independentes acabaram por fechar durante a pandemia, sendo preciso buscar outros espaços. Por outro lado, muitos entrevistados também relatam nesse tempo de isolamento social um momento de grande foco em sua produção, em experimentar técnicas e ideias que deixavam de lado no ritmo acelerado de eventos e produção que vinham anteriormente. Em sua maioria, esperam que um eventual pós-pandemia seja um momento de ampliação de suas atividades, de reencontro com colegas que deixaram de ver e também de conhecer novos publicadores.

Como mencionado no começo deste trabalho, o projeto desde sua concepção até sua finalização mais de dois anos depois, sofreu diversas alterações, algumas questões se modificaram quando tivemos mais contato com os publicadores e entendermos que haviam outras práticas e significações mais latentes em seu contexto. Também devido a pandemia de COVID-19 e durante boa parte do período de pesquisa todas atividades foram desenvolvidas online, várias adaptações foram necessárias. Assim, pensamos em possibilidades de desdobramento e continuidade desse trabalho na ampliação da amostra de respondentes, explorando ainda mais outras regiões do país e como as publicações se desenvolvem de forma mais detalhada nessas localidades. Também no atual trabalho acabamos por explorar um foco maior na perspectiva dos publicadores e como eles se estruturam nesse mercado independente, no entanto, pensar sobre o público consumidor dessas publicações ainda é um questionamento que segue em nossas indagações.

No decorrer desse período de pesquisa, vimos mais trabalhos sobre o mercado independente sendo desenvolvidos, fator que mostra a força do tema e das próprias publicações como um movimento de destaque em um país que necessita muito de pessoas que defendam a arte, a literatura e a liberdade de expressão. Penso que o futuro dessas pesquisas é de expansão e que vão cada vez mais ampliar o conhecimento por essas questões tão importantes e também fomentar uma educação gratuita e de qualidade nas Instituições de Ensino Superior do Brasil que necessitam cada vez mais de pessoas que pensam, questionam e produzem ciência.

## REFERÊNCIAS

- ALENCAR, Maria Luísa Acioli Falcão de. **A Ilustração no Design Editorial**: Visualidade das capas de livros no mercado independente brasileiro. Orientador: Profa Dra Lucrécia D'Alessio Ferrara. 2020. Dissertação (Mestre em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020.
- ALIANÇA INTERNACIONAL DE EDITORES INDEPENDENTES (França). **Declaração internacional dos editores e editoras independentes 2014**: para manter viva e fortalecer juntos a bibliodiversidade. 1. ed. Cidade do Cabo: [s. n.], 2014.
- ALVES, Cecilia da Fonte. **Cultura Independente**: conceitos e práticas dos jogos digitais indies. Orientador: Prof. Dr. André M. Neves. 2015. Dissertação (Mestre em Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.
- BARCELLOS, Marília de Araújo de. **O sistema literário brasileiro atual**: Pequenas e médias editoras. Orientadora: Heidrun Friedel Krieger Olinto Oliveira. Rio de Janeiro, 2006. 149p. Tese de Doutorado – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3. ed. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. 2ª edição. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. Uma revolução conservadora na edição. **Política & Sociedade**, v. 17, n. 39, p. 198-249, 2018.
- BRUST, Fabio Rücker. **A prática da autopublicação**: o papel do autor-editor e as novas possibilidades de publicação. Orientador: Marília de Araújo Barcellos. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social - Produção Editorial) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014.
- CANCLINI, Néstor García. Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. **Dialogos de la comunicación**, n. 32, p. 2–6, 1992.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 7ª. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- CANCLINI, Néstor García. Del Consumo al Acceso: Viejos Y Jóvenes en La Comunicación. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 14, ed. 41, p. 10-30, 2017. DOI 10.18568/cmc.v14i41.1593. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/1593>. Acesso em: 7 out. 2019.
- CANCLINI, Néstor García et al. **Hacia una antropología de los lectores**. 1ª. ed. México: Ariel, 2015.
- CONTREIRAS, Julia. **Experimentação gráfica em projetos de livros artesanais**. Orientador: Profa. Dra. Clíce de Toledo Sanjar Mazzilli. 2019. 272 p. Dissertação (Mestre em Design) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

COUTINHO, Samara Mírian. **Um mercado de peculiaridades: a Banca Tatuí e as estratégias de comércio e legitimação das casas editoriais do microcosmo gráfico-independente.** Orientadora: Profa. Dra. Paula Renata de Melo Moreira, 2020. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

FONSECA, Ana Luiza; FRANZ, Pedro; MELIM, Regina; BAUDOIN, Tanja (ed.). Grupos de leitura e tradução sobre o trabalho editorial independente. In: TIJUANA; PARENTESIS. **Leitura e tradução**, 4 ago. 2021. Disponível em: <https://leituraetraducao.com.br/>. Acesso em: 27 out. 2021.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. 1ª. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 239 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7ª. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LALLI, Raúl Marcó del Pont; SCHÖNDUBE, Cecilia Vilchis. Editores independientes jóvenes. In: CANCLINI, Néstor Garcia; URTEAGA, Maritza (org.). **Cultura y desarrollo: una visión crítica desde los jóvenes**. 1ª. ed. Buenos Aires: Paidós, 2012. cap. 2, p. 91-128.

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)**. Orientador: Profa. Dra. Ana Elisa Ferreira Ribeiro. 2018. Dissertação (Mestre em Estudos de Linguagens) - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação: Projetos, ideias, práticas**. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

MIHAL, Ivana; SZPILBARG, Daniela; RIBEIRO, Ana Elisa. Livros para infâncias diversas: onze casos de editoras independentes da Argentina e do Brasil. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, Brasília, n. 62, 2021.

MÜLLER, Leandro. **Autoedição assistida: estudo de casos de práticas editoriais orientadas à publicação autoral própria ou terceirizada no Brasil**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

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

PARENTESIS. Sobre. In: **PAR(ENT)ESIS**. Plataforma par(ent)esis, 9 nov. 2021. Disponível em: <http://www.plataformaparentesis.com/site/sobre/>. Acesso em: 15 out. 2021.

PAULL, Danielle Rosa. **História em Catálogos: Um Estudo da Política Editorial da Zahar De 2001 A 2014**. Orientador: Verena Alberti. 2015. Dissertação (Mestre em Bens Culturais e Projetos Sociais) - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Rio de Janeiro, 2015.

PIZONI, Carolina Motter. **O editor como parte da nova cadeia de publicação: uma experiência de autopublicação**. Orientador: Marília de Araújo Barcellos. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social - Produção Editorial) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro: 1960-1990**. São Paulo: Fapesp, 1996.

SOUZA, Cristina Lyra Couto De. **Panis Et Ars: Artistas e Gestores nas Indústrias Criativas**. Orientador: Maria Angela Campelo De Melo. 2011. 222 p. Tese (Doutora em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011. DOI <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.17711>. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=17711@1>. Acesso em: 11 set. 2019.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2009. cap. 3, p. 52-61.

THOMPSON, John B. **Mercadores de Cultura: o mercado editorial no século XXI**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

TIJUANA. Sobre. In: TIJUANA, 2 nov. 2021. Disponível em: <https://tijuana.net.br/SOBRE-ABOUT>. Acesso em: 15 set. 2021.

TOZZI, Elisa. **Na contramão de Saraiva e Cultura, essas livrarias não se abalaram**, 14 fev. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/na-contramao-de-saraiva-e-cultura-essas-livrarias-nao-se-abalaram/>. Acesso em: 5 out. 2019.

O GLOBO (Rio de Janeiro). Em dez anos, faturamento do mercado editorial brasileiro encolhe 12,5%. O Globo, Rio de Janeiro, p. 1, 24 ago. 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/em-dez-anos-faturamento-do-mercado-editorial-brasileiro-encolhe-125-19982977>. Acesso em: 16 jun. 2021.

URTEAGA, Maritza. De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales. In: CANCLINI, Nestor García; URTEAGA, Maritza; CRUCES, Francisco (org.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. 1ª. ed. Madrid: Ariel, 2012. cap. 2, p. 25-42.

VIANA, José Antonio Rodrigues. **Uso de plataformas online de publicação independente por pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento**. Orientador: Nanci Elizabeth Oddone. 2017. Dissertação (Mestre em Biblioteconomia) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

VITORELO, Raquel. **A resistência política nos quadrinhos experimentais**. 2019. 94 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.

## APÊNDICE A - MODELO DOS QUESTIONÁRIOS

### Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

Me chamo João Vitor Bitencourt, sou mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, orientado pela professora Dra. Sandra Depexe.

Este questionário faz parte da pesquisa que estou desenvolvendo sobre publicações independentes no Brasil, levando em conta a crise do mercado editorial e a pandemia de COVID-19.

As perguntas visam aproximação inicial com o campo das publicações independentes. Posteriormente também irei realizar entrevistas para aprofundar algumas questões.

Então, se você tem interesse em participar das etapas seguintes da pesquisa, poderá deixar seu contato ao final do questionário. As perguntas também podem ser respondidas de forma completamente anônima se você se sentir mais confortável dessa forma.

A participação nesta pesquisa é voluntária e gratuita. As questões do questionário não oferecem risco a sua integridade moral, física, mental ou efeitos colaterais. As informações desta pesquisa serão confidenciais e poderão ser divulgadas, apenas, com finalidade científica, sem a identificação dos voluntários, sendo assegurado o sigilo da sua participação conforme as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018).

Desde já, muito obrigado pela sua colaboração, é de extrema importância para o andamento desta pesquisa!

Caso tenha alguma dúvida ou sugestão, pode entrar em contato comigo pelo email: [vitorbitencourt@outlook.com](mailto:vitorbitencourt@outlook.com)

**\*Obrigatório**

#### Identificação

1. Você é \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Autor  
 Editor  
 Publicador  
 Organizador

Outro:  \_\_\_\_\_

2. Do que você faz parte \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Coletivo  
 Editora  
 Banca

Outro:  \_\_\_\_\_

05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

3. Há quanto tempo trabalha com publicações independentes? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos de 6 meses
- Entre 6 meses e 1 ano
- Entre 1 ano e 4 anos
- Entre 5 anos e 9 anos
- Entre 10 e 15 anos
- Mais de 15 anos

4. Estado em que reside \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Acre (AC)
- Alagoas (AL)
- Amapá (AP)
- Amazonas (AM)
- Bahia (BA)
- Ceará (CE)
- Distrito Federal (DF)
- Espírito Santo (ES)
- Goiás (GO)
- Maranhão (MA)
- Mato Grosso (MT)
- Mato Grosso do Sul (MS)
- Minas Gerais (MG)
- Pará (PA)
- Paraíba (PB)
- Paraná (PR)
- Pernambuco (PE)
- Piauí (PI)
- Rio de Janeiro (RJ)
- Rio Grande do Norte (RN)
- Rio Grande do Sul (RS)
- Rondônia (RO)
- Roraima (RR)
- Santa Catarina (SC)
- São Paulo (SP)
- Sergipe (SE)
- Tocantins (TO)

5. Cidade \*

---



05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

## Publicações Independentes

6. Para você, o que são publicações independentes?

---

---

---

---

---

7. Você considera a estrutura do seu coletivo/editora como: \*

*Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Pequeno porte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Grande porte

8. O que te motiva a trabalhar com publicações independentes?

---

---

---

---

---

9. Quantas pessoas fazem parte do seu Coletivo/Editora? \*

*Marcar apenas uma oval.*

1 pessoa

De 2 a 3

4 a 5

5 a 6

7 a 8

9 a 10

Mais de 10 pessoas

Outro: \_\_\_\_\_

## Produção

05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

10. Quais tipos de materiais seu Coletivo/Editora produz? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Livro
- Ilustração
- Colagem
- Zine
- Revista
- Bordado Sobre Papel
- HQ
- Carimbos
- Fotografia

Outro:  \_\_\_\_\_

11. Em quais seguimentos seu Coletivo/Editora atua? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Didáticos
- Religião
- Literatura adulta
- Acadêmico
- Autoajuda
- Literatura infantil
- Ficção
- Literatura Juvenil
- Poesia
- HQ

Outro:  \_\_\_\_\_

12. Quantas publicações seu Coletivo/Editora elabora ao ano? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- 1 publicação
- De 2 a 3
- 4 a 5
- 5 a 6
- 7 a 8
- 9 a 10
- 10 a 15
- 15 a 20
- Mais de 20 publicações
- Outro: \_\_\_\_\_

05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

13. Participa de feiras gráficas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Outro: \_\_\_\_\_

14. Seu Coletivo/Editora já organizou alguma feira ou evento? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não  
 Outro: \_\_\_\_\_

15. Quais as formas de comercialização das suas publicações? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Livrarias  
 Eventos (feiras gráficas, feiras do livro, etc)  
 Loja online própria  
 Amazon  
 Doação  
 Catarse  
Outro:  \_\_\_\_\_

16. O quanto as feiras gráficas eram importantes para a comercialização das suas produções? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Muito  
 Regular  
 Pouco  
 Nada

#### Publicadores na Pandemia

17. Com o início da pandemia, seu Coletivo/Editora passou a ter uma presença maior nas redes sociais? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

18. Quais plataformas digitais seu Coletivo/Editora utiliza para divulgar e comercializar suas publicações? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Facebook  
 Twitter  
 Instagram  
 WhatsApp  
 Tiktok

Outro:  \_\_\_\_\_

19. As redes servem mais como forma de fazer contatos ou efetivar vendas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Fazer contatos  
 Efetivar vendas

20. Após o início da pandemia, seu Coletivo/Editora participou de feiras/eventos online? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

21. Após o início da pandemia, seu Coletivo/Editora organizou feiras/eventos online? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim  
 Não

22. Se sim, como foi essa experiência comparado às feiras ou eventos presenciais?

---

---

---

---

---

23. Antes da pandemia seu Coletivo/Editora publicava materiais em quais suportes? \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Impresso  
 Digital  
 Começou a publicar após o início da pandemia

05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

24. Após o início da pandemia seu Coletivo/Editora passou a publicar materiais digitais? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Já publicava digital antes da pandemia
- Começou a publicar de forma independente após o início da pandemia

25. Nesse momento, mais de 1 ano após o início da pandemia, como você percebe o cenário das publicações independentes? Quais mudanças são notadas?

---

---

---

---

---

26. Quais foram os principais impactos negativos da pandemia em relação ao cenário de publicações independentes?

---

---

---

---

---

27. Existe algo positivo que surgiu a partir dessas mudanças?

---

---

---

---

---

Encerramento

28. O que você espera de um cenário para as publicações independentes pós pandemia?

---

---

---

---

---

05/11/2021 19:59

Publicações Independentes no Brasil - Coletivos/Editoras

29. Se tiver algo a mais para acrescentar, sinta-se livre!

---

---

---

---

Contato  
para as  
entrevistas

Se você se interessa pela temática, é atualmente um produtor ou alguém envolvido no mundo das publicações independentes e está disposto a falar mais sobre, sua contribuição para a pesquisa seria de muita importância. Deixamos aqui um espaço para colocar o seu contato, apenas se estiver disposto a participar da próxima etapa das entrevistas, lembrando que não é obrigatório, deixar seu contato. Mas desde já agradecemos a todos que tiverem disponibilidade para seguir em mais esta etapa, muito obrigado!

30. Nome

---

31. Email

---

Muito  
obrigado!

À todos que tiraram um momento do seu dia para responder esse questionário, saibam que a sua ajuda é de extrema importância para essa pesquisa e certamente fará a diferença. Agradeço imensamente!

Agora é só enviar.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

## APÊNDICE B - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

### 1 – Perguntas gerais

- Fale um pouco sobre você e sua trajetória.
- Para você, o que é um publicador independente?
- Você vê uma diferença de pequenos publicadores/independentes em comparação a editoras maiores?
- Como foi sua primeira publicação?
- E a mais recente?
- Como é o perfil da editora? Que tipos de livros publica? Autoral/de fora?

### 2 – Perguntas um pouco mais complexas

- Falar um pouco mais sobre as mudanças com o digital na pandemia?
- Em relação a isso, após essas experiências, quais aprendizados ficaram?
- Como está sendo a retomada de atividades presenciais
- Quais os maiores desafios já passados pela editora?

### 3 – Perguntas mais delicadas/sensíveis

- Importância das publicações independentes no Brasil/bibliodiversidade
- Sofreu algum tipo de controvérsia/preconceito/conflito?
- Como funciona a seleção dos livros que serão publicados?
- Como você se vê inserido no mercado editorial brasileiro (tanto independente como geral)?
- Quais são as maiores dificuldades de trabalhar no mercado de publicações independentes?
- Onde você planeja estar com a sua editora em 10 anos?
- As publicações são a sua principal ocupação ou mais um hobby?
- Possível viver de publicações independentes como negócio?
- Como você vê a acessibilidade das publicações independentes, tanto para o público como para produtores?
- Como você vê o futuro do mercado editorial geral e independente?

### 4 – Finalização

- Quer acrescentar algo?

## APÊNDICE C - MODELO DA AUTORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você foi convidado para participar, de forma voluntária, em uma pesquisa desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Com as informações a seguir, você aceita colaborar com o estudo assinando o final deste documento.

Eu, \_\_\_\_\_, concordo e autorizo a minha participação na pesquisa “Mercadoria e significações: práticas das publicações independentes no Brasil”, através de entrevista realizada em xx de xxxx de 2022. O estudo faz parte da pesquisa de dissertação de Mestrado do estudante João Vitor da Silva Bitencourt, aluno do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), matrícula 202060491, sob a orientação da Prof. Dr.<sup>a</sup> Sandra Depexe.

O objetivo da pesquisa é investigar o atual cenário das publicações independentes no Brasil, levando em conta a crise do mercado editorial e a pandemia de COVID-19, para entender um pouco melhor como o mercado independente se constitui atualmente, suas práticas, publicadores, editoras.

A sua participação na pesquisa consiste em entrevista feita através da plataforma Google Meet, com link enviado pelo próprio pesquisador, conforme disponibilidade e preferência do voluntário. O procedimento aplicado por esta pesquisa não oferece risco a sua integridade moral, física, mental ou efeitos colaterais. As informações coletadas por esta pesquisa serão confidenciais e tratadas, exclusivamente, para fins de análises acadêmicas, e poderão ser divulgadas, em eventos, publicações ou trabalhos relacionados. É assegurado ao participante a possibilidade de preservar sua identidade, bem como da editora, de forma anônima ou ser utilizada nominalmente no trabalho, conforme opção abaixo sinalizada:

- ( ) Manter identidade da editora/produtor anônima.
- ( ) Autorizar o uso nominal da editora/produtor.
- ( ) Manter apenas a identidade da editora anônima e autorizar produtor ser nominado.
- ( ) Manter apenas a identidade do produto anônima e autorizar editora ser nominada.

Abaixo assinado, concordo em participar do estudo como sujeito. Fui devidamente informado pelo pesquisador sobre a pesquisa e os procedimentos nela envolvidos, bem como os benefícios decorrentes da minha participação.

---

Local, xx de xxxx de 2022