

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE ARQUITETURA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE EM PORTUGAL
A utopia do impresso no contexto digital

Henrique Milen Vizeu Carvalho

Dissertação

Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas

Dissertação orientada pela
Prof(a). Doutor(a) Sofia Leal Rodrigues

2018

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu, Henrique Milen Vizeu Carvalho, declaro que a presente dissertação de mestrado intitulada “Publicação Independente em Portugal: a utopia do impresso no contexto digital”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

O Candidato

A handwritten signature in black ink, reading "Henrique Milen Vizeu Carvalho". The signature is written in a cursive style and is followed by a long horizontal line that extends to the right.

Lisboa, 10 de fevereiro de 2018

RESUMO

Esta dissertação pretende oferecer um panorama da edição independente impressa portuguesa durante as duas primeiras décadas do Século XXI, contexto em que se observa massificação de suportes e edições de texto em formato digital. Pretende-se aqui identificar: quais os atores e estratégias na cena portuguesa contemporânea de produção de impressos criativos? Parte-se da hipótese de que o contexto digital redimensiona, restringe e mesmo suprime tarefas clássicas relacionadas à cadeia produtiva dos impressos, como: o desenho e a composição dos tipos, o design editorial, a impressão, a encadernação e a distribuição dos exemplares. Assim, pode-se considerar *utópico* o trabalho dos atuais intervenientes do impresso criativo? A partir dessas conjecturas, investiga-se o próprio sentido de *utopia*, indo ao encontro da obra fundadora de Thomas More, 1516, e a forma como essa obra – e sua proposta – se relaciona com algumas vanguardas do design editorial, nomeadamente Kelmscott Press, de William Morris. Com base nesse preâmbulo histórico, este trabalho também busca oferecer conexões entre as vanguardas artísticas, o livro de artista e a auto-edição portuguesa ao longo do século XX. Por fim, tendo como referência inicial projetos seminais como *Tipo.pt* e o anuário *Portuguese Small Press Yearbook*, editado desde 2013 por Catarina Figueiredo Cardoso e Isabel Baraona, este trabalho se debruça sobre o panorama atual da edição independente portuguesa, relacionando-o com as origens criativas do design editorial impresso e com o legado de gerações anteriores de editores portugueses, com atenção especial a Fernando Ribeiro de Mello (Afrodite) e Vítor Silva Tavares (& etc). A Metodologia consiste na revisão bibliográfica, análise histórica e também em entrevistas com atores contemporâneos do impresso independente em Portugal, de modo a analisar cinco casos representativos do *small press* português: Associação Chili com Carne, Stolen Books, STET, O Homem do Saco e XYZ Books.

Palavras-chave:

Edição independente; small press português; mercado do livro português; fisicalidade do livro; auto-edição; utopia.

ABSTRACT

The present dissertation intends to offer an overview of the Portuguese printed independent edition in the digital context, namely the first two decades of the 21st Century. The proposed study aims to identify: who are the players and what are the strategies in the contemporary Portuguese creative production scene? From the hypothesis of which the digital context reshapes, restricts, and even suppresses classic tasks related to the production chain of printed matter, such as: the design and composition of types, editorial design, printing, binding, and distribution of copies. Thus, would it can be considered *utopian* the works of the current actors of the artistic printed? Based on these assumptions became necessary to investigate the meaning of the *utopia*, going to look for the originating work from Thomas More, 1516, and how this work, and its proposal, relates to the vanguard of the editorial design, particularly, Kelmscott Press, from William Morris. Therefore, from this historical preamble, this research looks to offer links among the artistic vanguards, and the book of the artistic, and the Portuguese auto-edition along of the 21th century. Finally, as well having as reference the fecund projects such as: *Tipo.pt*, and the *Portuguese Small Press Yearbook*, edited since 2013 by Catarina Figueiredo Cardoso and Isabel Baraona, the present work explores closely the current panorama of Portuguese independent edition, relating it to the creative origins of printed editorial design and the legacy of previous generations of Portuguese publishers, notably, Fernando Ribeiro de Mello (Afrodite) e Vítor Silva Tavares (& etc). The methodology approach consists in bibliographic revision and historical analysis, at the same time was applied interviews to contemporary characters of the independent printing in Portugal, five representative cases of the Portuguese small press were analysed: Associação Chili com Carne, Stolen Books, STET, O Homem do Saco and XYZ Books.

Keywords:

Independent editors; Portuguese small press; Portuguese book market; book physicality, self-Publishing utopy.

Agradecimentos

O mestrado no exterior trouxe novas perspectivas e impôs mudanças significativas em minha vida. Quero dedicar algumas palavras a pessoas e instituições que me acompanharam nessa caminhada lusa.

Agradeço ao Instituto Brasileiro de Museus, pela pronta disposição e auxílio nos procedimentos que tornaram possível essa jornada, nas pessoas de Elma Maria de Freitas Silva (Brasília) e de Julio Cezar Netto Dantas (Paraty).

Aos ex-ministros da Cultura, Gilberto Passos Gil Moreira e Juca Ferreira, operários-xamãs do direito do acesso à memória e fiadores de uma política inovadora para o setor museal.

Aos meus colegas no Museu de Arte de Paraty e do Forte Defensor Perpétuo, nas pessoas de Pedro Lemos MacDowell e Pedro Campos Franke, amigos que ficam.

Aos professores do Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas da Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, em especial Jorge dos Reis, pela inesquecível experiência prática com *letterpress* em nossas aulas no Ar.Co em Almada; e Sofia Leal Rodrigues, pelas reuniões de orientação no café austríaco e pelo zelo constante e atento.

Aos funcionários da Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, na pessoa de Elsa Pedrosa, pelo sempre gentil contacto.

A Marcos Farrajota, Luís Alegre, Filipa Valladares, Catarina Figueiredo Cardoso, Isabel Baraona, Barbara Bulhosa e Tiago Casanova, interlocutores importantes nesta investigação.

Aos colegas do mestrado, em especial a Anna, a Rita e a Denise, por todo o companheirismo. Emerson, Renata, Letícia, Matheus, Carol, Ceci, Lua, Diogo, João, Helena, Jonas, Tereza, Aia Hipácia, Andorinhas: uma Lisboa que inventamos e guardamos.

Aos amigos que deixei e reencontrei em Paraty: Thalita, Pedro, Iris. Flora, Lila, Matheus. Ao Fabrício, à Valéria e ao Caetano em Belo Horizonte. À Rachel em Londres. À Lívia, à Luana, ao Thiago e à Deia em São Paulo. À Laís, à Elisa, à Coral e à Lolly em Barcelona. À Bel, no Rio. Ao Vitor, na Pipa. À Carol em Brasília. Ao Pedro, à Julia e ao Raul em Belém.

Aos primos com quem dividi os primeiros meses em Telheiras: Tatty, Wallace e Antonio.

Aos meus irmãos, Ana Paula e Fábio.

À minha mãe, que nos estertores de uma ditadura me ensinou a ler. Ao meu pai, que na madrugada ao pé da Serra do Curral despertou em mim o fascínio pelo desenho das letras.

Aos amigos e amores, configurações que mudam e lembranças que ficam. Aos encontros e tipos que nos convidam a conspirar utopias e a abraçar o desafio presente.

(página em branco)

ÍNDICE

Introdução: A utopia do impresso no cenário digital	1
Identificação da Metodologia	4
Enquadramento teórico	8
Capítulo 1: Design como utopia	10
1.1. Cinco séculos de um conceito: utopia. Em busca de contributos de Thomas More para uma ciência do design gráfico.	11
1.2. Notícias de Lugar Nenhum: o mundo ideal desenhado por William Morris.....	14
1.3. A utopia contracultural no pós-guerra: publicações independentes como resistência política e paralelos europeus.....	18
1.4. Questões sobre o Livro de Artista e o seu papel na cultura criativa do impresso	22
Capítulo 2: O impresso no contexto digital	28
2.1. Percurso histórico: novas e velhas crises do impresso	28
2.2. Atores intermediários entre o autor e o leitor: especialidades em crise.....	32
2.3. O mercado gráfico e editorial português: dados.	37
Capítulo 3. Panorama dos impressos independentes em Portugal	41
3.1. Antes do digital: o legado da edição independente.....	42
3.1.1 De Amadeo de Souza-Cardoso à Po.Ex: livros de artista e autoedição portuguesa em sintonia com as vanguardas	42
3.1.2 Antes das fusões: editoras independentes de médio porte.....	48
3.1.3 Um editor contra Salazar: Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite.....	49
3.1.4 Vitor Silva Tavares e a & etc: editor paralelo e subterrâneo nos “verdes anos”	58
3.2 Os intervenientes contemporâneos e suas estratégias	62
3.2.1 O <i>small press</i> português.....	63
3.2.2 Circuitos de distribuição alternativos: pontos de venda fixos e feiras.....	68
Capítulo 4. Casos de estudo	79
Associação Chili com Carne.....	80
Stolen Books	88
STET – Livros & Fotografias	94
XYZ Books	99
O Homem do Saco.....	106
Resultados a partir dos casos de estudo	112

Conclusão	118
Apêndices.....	119
Formulário de coleta de dados dos entrevistados	119
Entrevista com Marcos Farrajota (Chili com Carne / Mmmnnrrrg / Feira Laica).....	120
Entrevista com Luís Alegre (Stolen Books / Ideias com Peso)	128
Entrevista com Filipa Valladares (Stet / Feira Edit).....	139
Entrevista com Tiago Casanova (XYZ / A Ilha)	146
Entrevista com Luís Henriques (O Homem do Saco / Feira Raia).....	152
Entrevista com Cristina Alves (Zinefest.pt / Madame Zine).....	155
Referências bibliográficas.....	157

Índice de imagens

FIGURA 1. <i>The Works of Geoffrey Chaucer</i> . Biblioteca de Arte Gulbenkian. Disponível em https://gulbenkian.pt/biblioteca-arte/publication/the-works-of-geoffrey-chaucer	19
FIGURA 2. <i>Everywoman Journal</i> . Projeto de Sheila de Bretteville. Sheila Studio. Disponível em URL < http://sheilastudio.us/ >	23
FIGURA 3. Anúncio parcial da revista <i>Aspen</i> , 1967. The New York Times: Artsbeat blog. Disponível em: URL < https://artsbeat.blogs.nytimes.com/2007/07/24/the-magazine-in-a-box/ >	24
FIGURA 4. Capas de <i>Scanlan's Monthly</i> . Acervo William Gillis. Disponível em http://liamk.org/scanlans/	25
FIGURA 5. Dieter Roth, <i>Daily mirror book</i> . 1961. Forlag ed, Reykjavík. Dieter Roth Foundation, Hamburg. © Dieter Roth Estate. Moma.org. Disponível em https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2013/dieter_roth/works/	27
FIGURA 6. Edward Ruscha, <i>Twentysix Gasoline Stations</i> , 1963. © Edward Ruscha. Tate Modern. Disponível em http://www.tate.org.uk/about/projects/transforming-artist-books/summaries/edward-ruscha-twentysix-gasoline-stations-1963	28
FIGURA 7. Capa e páginas internas de <i>Cha Cha Cha</i> , de Stephen Villats, 1982. Coracle/Lisson Gallery. Disponível em http://stephenwillats.com/work/cha-cha-cha/	29
FIGURA 8. Páginas de <i>La Légende de Saint Julien L'Hospitalier</i> , Amadeo Souza-Cardoso, Paris, 1912.....	45
FIGURA 9. Capas dos dois primeiros fascículos de <i>Orpheu</i> . Biblioteca Nacional de Portugal.....	46
FIGURA 10. Capa de Portugal Futurista, 1917. Biblioteca Nacional de Portugal.	47
FIGURA 11. Capa da primeira edição de KWY.....	48
FIGURA 12. Capa e contracapa da Operação 1, de Ana Hatherly e E. M. de Melo e Castro. Po.Ex....	49
FIGURA 13. Um livro de Cozinha, Lourdes Castro. Paris, 1961. Público, DR	50
FIGURA 14. Capa e página interna da Antologia de Poesia Portuguesa Erótica e Satírica. Afrodite, 1966.....	6
FIGURA 15. Página interna de A Filosofia na Alcova, do Marquês de Sade, com ilustração de João Rodriguez, Afrodite, 1966.....	6
FIGURA 16. Anúncio publicado na imprensa em 1976. <i>Antologia do Humor Português</i> , volume de mais de 1000 páginas. Afrodite. Reprodução: Marques (2015).....	58
FIGURA 17. Exemplos de capas da primeira fase do & etc, como suplemento do Jornal do Fundão. ©Letra Livre.....	61
FIGURA 18. Exemplos de capas da 2ª fase do & etc, como quinzenário autónomo entre 1974 e 1974. ©Letra Livre	62
FIGURA 19. Algumas das primeiras edições da editora & etc, com o formato que caracteriza seu catálogo.	62

FIGURA 20. Cartazes das duas primeiras edições da Feira Laica, dezembro de 2004 e junho de 2005. José Feitor.	72
FIGURA 21. À esquerda, cartaz da Feira Laica no Porto, 2007, arte de Nuno Sousa. À direita, cartaz da 21ª e última Feira Laica em 2012, em Lisboa, arte de Zé Burnay.....	73
FIGURA 22. Cartaz para uma edição da Feira Morta no Adamastor Studios, em 2015. Arte de Amanda Baeza. À direita, cartaz da Feira Morta em 2016. Arte do estúdio Desisto.....	74
FIGURA 23. Flyer de divulgação com o programa da Edit, em 2016. STET.	77
FIGURA 24. Estratégia de chamada de voluntários para o MiniZineFest, maio de 2016, Porto. ©Cristina Alves.....	78
FIGURA 25. Cartaz da Raia – Tráfico de Edições, Lisboa, 2017. Arte de João Fonte Santa	80
FIGURA 26. <i>Boring Europa</i> . Vários autores. Chili com Carne / Mmmnnnrrrg, 2013.....	86
FIGURA 27. Capas de Mesinha de Cabeceira #25 e #26. Marcos Farrajota. Chili com Carne / Mmmnnnrrrg	88
FIGURA 28. <i>Revisão</i> . Arranjo gráfico de Joana Pires. Mmmnnnrrrg. Chilicomcarne.com.....	89
FIGURA 29. <i>[No Audio]</i> , Luís Alegre. Stolen Books, 2013. Disponível em http://stolenbooks.pt	94
FIGURA 30. <i>54 Nuclear Power Plants</i> , João Fonte Santa. Stolen Books. Disponível em http://stolenbooks.pt	94
FIGURA 31. <i>Bootleg Grocery</i> , Germes Gang. Stolen Books. Disponível em http://stolenbooks.pt	95
FIGURA 32. <i>Propeller #1</i> , Stolen Books. Disponível em http://stolenbooks.pt	96
FIGURA 33. A STET, no endereço onde esteve até o ano de 2017 no Bairro Alto. Foto: Luís Fevereiro	101
FIGURA 34. <i>Pearl</i> , de Tiago Casanova. Foto: XYZ Books. http://www.artbooks.xyz/books/pearl [Consult. 22/9/17]	105
FIGURA 35. <i>Is It a Revolution?... Or Just Bad Weather</i> , Tiago Casanova. XYZ Books. Disponível em http://www.artbooks.xyz/books/is-it-a-revolution?book=is-it-a-revolution [Consult. 22/9/17].....	106
FIGURA 36. Posto de Trabalho, Valter Vinagre. XYZ Books. Disponível em http://www.artbooks.xyz/books/posto-de-trabalho?book=posto-de-trabalho	107
FIGURA 37. Exemplos de cartazes para o Dia Mundial da Poesia de 2017. O Homem do Saco. Disponível em http://sacoman.tumblr.com/post/159903098973/cartazes-em-serigrafia-e-tipografia-no-dia-mundial >.....	111
FIGURA 38. Página de Primo Abrilescu. O Homem do Saco. Disponível em http://ohomemdosaco.com/product/album-primo-abrilescu	112
FIGURA 39. Capa de O Caçador Gracchus, de Franz Kafka. O Homem do Saco. Disponível em http://ohomemdosaco.com/product/o-ca%C3%A7ador-gracchus	113

Introdução: A utopia do impresso no cenário digital

“Nesta viagem percorreremos mundos muito fixes.” (sic)

Goyo Cao, *Uma Viagem pela Galiza*¹

A morte do papel, que nunca aconteceu, é anunciada aos humanos há mais de um século, como relembra Ludovico (2012). Se as publicações impressas resistiram a várias “ameaças” tecnológicas, nas primeiras duas décadas do Século XXI observa-se uma transformação, pode-se dizer ainda inicial, nas formas de se produzir e consumir conteúdos impressos.

Tal transformação, por um lado técnica, mas indissociável da política, encontra em autores como Han (2015) uma definição conceitual: crise de mediação. A interpretação das crises da democracia, que para o filósofo e teólogo se materializa na descrença dos mediadores políticos tradicionais e da própria política em si, fornece reflexões aplicáveis à mídia e a suas formas de representação, como os periódicos impressos e por extensão os livros. Esse paralelismo transdisciplinar é um dos pontos de partida para esta investigação.

De fato, após a massificação do acesso à internet nos países industrializados na primeira década deste século, nesta segunda década observa-se os dispositivos de leitura digital avançando sobre o lugar que um dia pertenceu aos impressos na rotina diária. E se na política fala-se de crise de mediadores entre governo e cidadãos, em relação ao impresso observa-se, na perspectiva comercial, também uma crise de mediadores entre autor e leitor. Atividades tradicionalmente associadas ao produto impresso, como tipografia, design gráfico, impressão, encadernação e distribuição estão em causa frente a um novo paradigma de mercado e de hábitos de leitura. O códex será mesmo um objeto em crise? Eco e Carrière (2009) apresentarão argumentos na defesa de sua permanência e mesmo proeminência tecnológica: o livro não morrerá.

“Para ler, é preciso um suporte. Esse suporte não pode ser apenas o computador. Passe duas horas lendo um romance em seu computador, e seus olhos viram bolas de tênis. Tenho em casa óculos polaroides que protegem meus olhos contra os danos de uma leitura contínua na tela. A propósito, o computador depende da eletricidade e não pode ser lido numa banheira, tampouco deitado na cama. Logo, o livro se apresenta como uma ferramenta mais flexível. (...) As variações em torno do objeto livro não modificaram sua função, nem sua sintaxe, em mais de quinhentos anos.” (Carrière, 2009, p. 16)

Portugal, política e financeiramente integrado à União Europeia e à cadeia de hábitos de consumo da economia globalizada, apresenta um cenário ainda rico em publicações periódicas

¹ *Scene report* publicado no blog da associação Chili com Carne, um dos casos estudados nesta investigação. Disponível em URL <<http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2013/10/uma-viagem-pela-galiza.html>>

e livros, embora se observem movimentos de retração nessa atividade, seja na redução das tiragens diárias, seja no fechamento de pontos de venda.

Do ponto de vista pessoal, depois de uma juventude fortemente vinculada com produtos editoriais impressos no Brasil, tendo feito do consumo de publicações impressas um hábito associado à minha própria identidade, e acumulado milhares de exemplares, cheguei a Portugal num momento em que o armazenamento físico de impressos está posto em causa: é uma questão mercadológica, geracional, e também pessoal. Encontrar a razão do impresso no contexto de disseminação de conteúdos por telas luminosas é, muito mais do que uma pesquisa de hábitos contemporâneos ou tendências de mercado, uma questão associada à minha própria identidade como leitor, designer e produtor gráfico, bibliófilo.

Chegando a Lisboa em setembro de 2015 para cursar o mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas na Universidade de Lisboa, de imediato fui tomado pela nostálgica sensação de um tempo em que vivi até os anos 1990 em Belo Horizonte. Neste tempo-lugar, há ainda bancas (quiosques) fartas de periódicos diários, semanais e mensais, há pequenas e charmosas livrarias pelos bairros centrais; há os cartazes nas ruas, o impresso vive e seduz. É impossível negar, entretanto, um fato da nova realidade: o tempo da leitura recreativa, ou mesmo o tempo morto das esperas em filas e plataformas de embarque, antes dedicado à leitura dos impressos, hoje foi tomado pelos dispositivos digitais, nomeadamente os telemóveis e as suas permanentes atualizações de conteúdos nas redes sociais.

Se se questionar a relevância atual de um produto impresso como fonte de informação, não se negará contudo o carácter artístico e mítico, e mesmo ainda socialmente utópico, da publicação impressa autoral. “Livros fazem amigos”, diz o email de Christoph Keller para Roger Willems². É um pensamento que se conecta com o do surrealista André Breton, nos anos 1920: “One publishes to find comrades”³, o que numa tradução livre pode ser interpretado como “Publica-se para encontrar camaradas”. A resposta de Willems para Keller adicionará alguns pontos interessantes a esta discussão:

Toda a gente sabe como se usa um livro, do princípio ao fim. Creio que o mesmo não se poderá dizer de outros meios de comunicação. Pode parecer simples – mas vale a pena pensarmos nisto. Porque os livros realmente funcionam.

Mas como é que os livros funcionam?

- a) são lentos e duram
- b) estão em toda a parte e em parte nenhuma
- c) íntimos e directos

² Como transcrito no catálogo da exposição sobre as Roma Publications, organizada pela Culturgest em Lisboa, em 2006.

³ Breton, André (1997) citado por Gareth Branwyn em *Jamming the Media: A Citizen's Guide Reclaiming the Tools of Communication*, à p. 52. Vancouver: Chronicle Books.

- d) autónomos e independentes
 - e) sempre e para sempre
- (Willems, 2006)

Concomitante a um modelo comercial em crise global, em Portugal se organiza, como em outras áreas do globo, uma cena de editores e autores independentes, tendo no produto impresso a sua razão de ser. Esta pesquisa propõe-se identificar esses atores, orientando-se pela pergunta: **quais as estratégias dos intervenientes da edição independente portuguesa para a viabilização do impresso no contexto digital?**

A fim de investigar o exposto, opta-se por uma metodologia mixta, composta por uma revisão bibliográfica acerca dos esforços de editores e artistas gráficos do passado, a fim de discutir o que se entende como uma *utopia editorial*, ou seja, o controle criativo de um autor-editor nas diversas etapas de confecção de uma publicação impressa. Parte-se do próprio conceito de utopia, assim nomeado há cinco séculos por Thomas More, e como tal ideia esteve presente em movimentos decisivos para a história do design gráfico, como o Arts and Crafts de William Morris e nas ventilações dessas vanguardas na tradição do impresso português.

As interseções com as artes plásticas levam a um breve passeio sobre os livros de artista, uma arte muito ligada ao Século XX, e aos seus paralelos com a autopublicação portuguesa, nos quais destacaremos o trabalho seminal de Souza-Cardoso, a visionária revista Orpheu e os artistas ligados à poesia experimental.

Traçando um histórico do legado de gerações anteriores de editores-autores portugueses, nomeadamente Vitor Silva Tavares (& etc) e Fernando Melo Ribeiro (Afrodite), chega-se ao cenário atual, composto por autores, editores, diagramadores, impressores, montadores e distribuidores que, juntos, compõem uma cena independente de circuitos *mainstream*. Identificar, dimensionar e compreender, para além da agenda de feiras e eventos, esse panorama em Portugal é o desafio desta investigação.

Para mapear essa cena atual entramos na segunda parte da pesquisa, na qual se realiza visitas e entrevistas a alguns dos atores que movimentam o chamado “small press” português. O termo é emprestado de Cardoso e Baraona, editoras desde 2013 do *Portugal Small Press Yearbook*, anuário de inestimável contribuição para o mapeamento da autoedição contemporânea neste país. Para se delimitar esses atores, é necessário uma metodologia que ressalte os atores e coletivos mais conectados com a ideia de autonomia e acesso às suas

produções. Pode-se inferir que a partir de 2006, com a exposição Roma Publications⁴, observa-se um ponto de viragem nessa atividade, de tal modo que mapeá-la é hoje um trabalho complexo, ainda que as suas proporções e impacto nos dados editoriais de Portugal sejam aparentemente sem efeito.

Se há indefinições e indecisões na fronteira conceitual do que se chama “independente”, ou mesmo “small press”, utilize-se o mesmo ponto de partida especificado por Cardoso: fala-se aqui de múltiplos. O ponto de chegada, contudo, haverá de ser idiossincrático: dentre todas as atividades identificadas e relacionadas à confecção de múltiplos impressos, esta pesquisa considerará “independente” o editor-autor não vinculado a grandes grupos empresariais, que não conta com um investidor capitalista. A saber, o interveniente que dependa exclusivamente de seus esforços para manter sua atividade, e que coincilie mais do que uma dessas tarefas: a produção de gravuras ou ilustrações; a redação e edição de textos; o design gráfico e editorial; a impressão, em qualquer técnica; a montagem e acabamento dos exemplares; as estratégias de divulgação, venda e distribuição.

A partir dessa apuração, pretende-se ampliar o escopo já oferecido por Cardoso e Baraona, fornecendo um painel dos atores independentes contemporâneos e as suas estratégias na confecção de impressos. Com isso, objetiva-se criar bases teóricas para a implementação prática em outros contextos; e fundamentalmente contribuir para o debate sobre o lugar do livro impresso na contemporaneidade.

Objetivos gerais:

- Analisar o panorama das publicações impressas independentes em Portugal;
- Discutir a situação do impresso no contexto digital;
- Contribuir para a divulgação de iniciativas e para a produção de novos impressos.

Objetivos específicos:

- Mapear os atores – autores, designers, editores, impressores e distribuidores - contemporâneos do panorama das publicações impressas criativas em Portugal;
- Investigar a viabilidade económica dessas atividades no contexto digital;
- Relacionar a cena portuguesa atual com o legado de gerações anteriores de editores e designers gráficos;

⁴ “Roma Publications” foi tema de uma exposição na Culturgest em Lisboa, no ano de 2006. A exposição resulta no catálogo *Books Make Friends / Os livros fazem amigos*, editado por Roger Willems (Roma) e com textos de Christoph Keller, Dieter Roelstraete and Miguel Wandschneider.

- Aprofundar perfis, atualizar dados e expandir investigações similares anteriormente realizadas.

Identificação da Metodologia

Este trabalho surge de um pensamento transdisciplinar (ou multidisciplinar), que se poderá situar algures entre a economia da cultura e o design editorial. Propõe-se identificar os intervenientes portugueses no campo da edição independente, em suas especialidades mediadoras entre o autor e o leitor: o editor, o tipógrafo, o designer, o impressor, o montador, o distribuidor. Tal identificação estará, senão circunscrita, muito vinculada ao próprio período de observação dessa atividade no âmbito português, a partir do contato mais imediato com feiras, seus organizadores e coletivos mais atuantes e presentes.

Num primeiro momento mais descomprometido, a investigação contempla visitas a ateliês, birôs e pontos de venda, tendo nos casos estudados, definidos *a posteriori*, também visitas pessoais, análise dos produtos e entrevistas gravadas com perguntas pré-definidas. Tais perguntas dizem respeito a categorias de análise comuns a todos os casos estudados:

- O modelo de negócio / financiamento;
- As formas de elaboração dos produtos;
- Os objetivos como editor;
- O processo de distribuição;
- A relação com o autor e o leitor;
- A relação com o digital;
- Análise estética dos produtos.

A transcrição das entrevistas buscou preservar traços de oralidade, e foi revisada pelos entrevistados a pedido do entrevistador. A análise estética dos produtos, embora não muito aprofundada pelos entrevistados nessas entrevistas, é realizada de forma mais sistemática pelo investigador, a partir de informações técnicas disponíveis sobre as obras, da crítica disponível de algumas delas em recensões na imprensa portuguesa, em ensaios analíticos ou dos

comentários dos próprios editores em sítios acessíveis pela internet, como por exemplo a série de entrevistas realizadas por Ana Romana no âmbito de seu doutoramento⁵.

Embora trate do editor independente português, os casos estudados restringem-se a Lisboa, cidade que concentra 62% dos editores do país. Os recursos utilizados para os estudos de caso foram, a partir da identificação de intervenientes mais representativos, o contato via email e a gravação de entrevistas com o telemóvel, transcritas e editadas pelo autor. Dentre os entrevistados, Luís Henriques, ilustrador, impressor e editor em *O Homem do Saco*, preferiu fazer a entrevista por email.

A escolha das cinco experiências como estudo de caso dá-se por representatividade e complementariedade das suas atividades. Se por um lado estamos perante um estudo teórico e historicista sobre a edição independente, que aborda as interposições conceituais da autoedição e do livro de artista, esta dissertação propõe-se também a uma contribuição analítica sobre as estratégias de editores de impressos no contexto digital contemporâneo, tendo como recorte a produção de Portugal.

Considera-se como ponto de arranque a herança de um legado utópico ocidental simbolizado na obra de Thomas More, escrita há cinco séculos, ao que se seguirá um preâmbulo sobre a tradição de uma utopia social materializada nos impressos, nos casos de William Morris, do futurismo italiano, do movimento Dada, da contracultura americana e dos seus reflexos no impresso português ao longo do século XX, indissociáveis do panorama atual.

Há problemas identificados e perguntas a serem respondidas: esses atores mantêm o impresso como um projeto *utópico*? As práticas editoriais mudam? Quais as estratégias para se viabilizar o objeto livro? Os ofícios são transformados? O contato com o público muda? O modelo de sustentabilidade é o mesmo? Tais perguntas serão respondidas em consulta à literatura disponível sobre o assunto, na realização de entrevistas, por email ou pessoalmente, e pesquisa biográfica na imprensa portuguesa e em antologias relacionadas à edição impressa em Portugal.

Uma primeira dificuldade em delimitar e elegeer casos de estudo para uma investigação sobre a edição independente em Portugal diz respeito ao carácter múltiplo das atividades dos seus intervenientes. Não sendo muito comuns exemplos como os da Edições Tinta da China e Antígona – Editores Refractários, cuja atividade se concentra na edição, praticamente todos os coletivos aqui mapeados estão relacionados com atividades diversas, como organização de

⁵ As entrevistas realizadas por Ana Romana foram disponibilizadas no Youtube em julho de 2017 e logo depois também na plataforma Tipo.pt.

feiras, prestação de serviços de design gráfico, gerenciamento de espaços expositivos, montagem dos exemplares e distribuição de livros.

Dentre os vários projetos coletivos portugueses que poderiam ser classificados como independentes, dentro de uma perspectiva de utopia editorial, identificamos os seguintes como suficientemente representativos para a investigação que se propõe:

- O colectivo Chili com Carne, com especial ênfase no selo MMMNNRRRG de Marcos Farrajota e Joana Pires, com foco de atividades em Lisboa, Porto e presença em feiras pelo interior do país e também no circuito de banda desenhada europeu. Editor de fanzines desde os anos 1990, Farrajota tem uma trajetória de centenas de edições publicadas pelo selo MMMNNRRRG em associação com o coletivo de artistas sob a chancela da Chili com Carne.
- O selo Stolen Books, de Luís Alegre, com presença crescente em feiras internacionais e vinculado ao estúdio Ideias com Peso, no Bairro Alto, em Lisboa.
- O estúdio, editora e distribuidora XYZ / A Ilha, dos fotógrafos Tiago Casanova e Pedro Marques, situado no Bairro das Colónias, em Lisboa;
- O projeto STET, coordenado por Filipa Valladares, pioneiro na distribuição de livros de artista e edições de autor em Lisboa. Filipa é também organizadora da feira Edit, focada em livros de artista.
- O projeto Homem do Saco, estúdio, oficina tipográfica e editora que abarca projetos de chancelas como Landscapes d'Antanho, Pianola, Momo, Diário de um Ladrão, 100 cabeças, troppo inchiostro e o próprio O Homem do Saco. Luís Henriques, entrevistado, é também organizador da feira Raia, cuja primeira edição acontece em outubro de 2017.

A metodologia consistirá na revisão bibliográfica, na análise dos materiais publicados e nas entrevistas, buscando-se responder à pergunta central desta investigação: **quais as estratégias dos intervenientes da edição independente portuguesa para a viabilização do impresso no contexto digital?**

De forma resumida, para obter os objectivos pretendidos, usa-se a seguinte metodologia: (1) investigação e estudo de elementos provenientes do levantamento bibliográfico sobre o conceito de Utopia, em sua dimensão espiritual, política e artística; sua relação com o trabalho criativo de editores e designers na Europa e em Portugal; uma aproximação com o mapa contemporâneo da edição independente em Portugal, a partir das feiras e eventos públicos relacionados ao livro; (2) definição de casos de estudo em edição e distribuição no contexto da edição independente contemporânea; (3) recolha de informação adicional em entrevistas com

personalidades ligadas à produção e distribuição independentes do livro em Portugal. (4) redação da dissertação estruturada em cinco capítulos, contemplando aspectos do conceito de utopia, a origem do design criativo e subversivo, seus expoentes em Portugal no fim do Estado Novo e após o 25 de Abril, e o panorama dos intervenientes que compõem o panorama da edição independente no contexto digital, elegendo-se cinco casos de estudo com dimensões e perfis distintos e complementares de atuação, com base em sua presença em feiras atuais.

Para além das entrevistas dos casos estudados, realizaram-se encontros e conversas informais, ao longo do período do Mestrado, com Barvara Bulhosa (Edições Tinta da China), Catarina Figueiredo Cardoso e Isabel Baraona (Tipo.pt e Portuguese Small Press Yearbook), Rui Silva (Rough' Nough e Round About LX), Luís Henriques (O Homem do Saco), Pedro Mota (Jornal Mapa / Tortuga), Margarida Borges e Ricardo Martins (Desisto!), André Pereira (Clube do Inferno), António Silveira e Cláudia Castelo (Barbara says...), Inês Almeida e Nicholas George (Casa Nic & Inês), Carla Barata (Casa d'Amendoeira), Duarte Pereira (Snob) e Luís de Oliveira (Antígona), os quais de formas distintas apontaram caminhos e *insights* para o que viria a ser o corpo desta investigação.

Enquadramento teórico

O que define o independente? – Essa pergunta perpassa todo o estudo, e talvez Muniz Jr. (2016) tenha fornecido pistas preciosas, ao iniciar o seu trabalho de doutoramento sobre a edição independente brasileira e argentina exatamente (res)situando o termo. Nem independente, nem alternativo, Vitor Silva Tavares advogará para si “paralelo”: editor cujo caminho não se cruza com outro.⁶ Luiz de Oliveira, da Antígona, assim como Silva Tavares, optará por uma não-hierarquização nas tarefas da editora,⁷ modelo que se estende por quatro décadas de atividade.

Se Muniz Jr. (2012) vai questionar o uso do termo “independente” para editores que se pretendem autónomos mas não inteiramente desvinculados de uma lógica comercial, o independente também se definirá pelo lugar no mercado (lógicas de produção e distribuição) e pelo conteúdo de suas obras, a partir de uma perspectiva de utopia editorial, filosófica e política.

No mapeamento do panorama da edição independente portuguesa, Cardoso e Baraona (2013) consideram os *múltiplos*, tiragens que podem ser de dois ou de 2000 exemplares, com editores profissionais e não profissionais, que publicam os seus trabalhos ou de amigos. Abarcam também artistas que produzem os próprios livros, ou que terceirizam parte da

⁶ In: &etc: Uma editora no Subterrâneo, Letra Livre, 2013.

⁷ In: A Promessa de Antígona, 1979.

produção. Para além dessa definição, Joana Emídio Marques, autora de uma série de reportagens sobre a edição independente portuguesa, vincula o *small press* a uma dimensão nostálgica, não-lucrativa, com tiragens pequenas, mantidas como atividade paralela a uma atividade remunerada principal, e desconsidera o seu papel político.

“Ora, a *small press* é aquela que, por definição, não é feita para dar lucros. As tiragens são muito pequenas, entre 100 e 500 exemplares. Estas editoras são, na sua maioria, mantidas em regime de part-time, e os custos da publicação de livros são muitas vezes pagos com o dinheiro dos salários que estes editores retiram de uma ocupação profissional principal. São edições quase clandestinas, feitas em tempos tirados ao ócio, à família. São um hobby, talvez mais fruto de uma atitude de nostalgia do livro em papel, das máquinas, das tintas e dos caracteres móveis, do que uma resistência política consciente.” (Marques, 2015)⁸

Terá nesse sentido pouca concordância com alguns dos editores aqui estudados, que vêm no ato de imprimir o ato político por excelência⁹ (Farrajota, 2014) e enfática e unanimemente nada vêm de nostálgico no objeto impresso. O conceito aqui utilizado de “independente” define-se, pois, em função: do seu (não) lugar no mercado, ou mesmo por uma consciente relativização do lucro como objetivo estruturante; das suas lógicas de produção e distribuição; do conteúdo das suas obras.

Sobre o recorte temporal

O tema surge da vivência e da prática do estudante, como dito na introdução. Não bastando escolher o assunto – a edição impressa independente -, era preciso ainda delimitar o tema ou o problema que o assunto contém. Esta delimitação dá-se pelo espaço, Portugal, e pelo período temporal que será situado como “contexto digital”, que compreende a segunda metade da década de 1990 até aos dias atuais, como apontam teóricos do texto digital como, por exemplo, Alessandro Ludovico.

⁸ *Editoras indie, um roteiro para livros alternativos*. Observador, 4/7/2015. Disponível em <http://observador.pt/especiais/editoras-indie-um-roteiro-livros-alternativos/>

⁹ Na introdução da publicação *MAGA, Clube do Inferno*, 2015.

Capítulo 1: Design como utopia

Neste primeiro capítulo, investiga-se a herança de um ideal utópico como influência do design gráfico e da edição independente contemporânea em Portugal, observando-se os percursos do design editorial criativo à luz das vanguardas representadas por William Morris no final do século XIX, as vanguardas europeias do século XX, a contracultura norte-americana no pós guerra e a aparição dos denominados livros de artista.

Para tanto, oferece-se uma revisão historiográfica acerca do design editorial criativo, partindo da própria palavra “utopia”, apresentada por Thomas More na obra do mesmo nome, datada de 1516. A mensagem fundamental da obra, considerada antítese da sociedade inglesa do século XVI, evoca um sentimento que faz sentido hoje, especialmente no campo criativo, a saber: existem alternativas ao que está instituído. Indissociável do pensamento humanista e de uma época ligada ao impacto dos Descobrimentos no imaginário europeu, a obra tem um português como personagem central: o navegador Rafael Hitlodeu.

Embora não possa de forma alguma ser considerada o primeiro texto sobre um “ideal utópico”, é razoável supor que a obra de More viria a inaugurar uma tradição de obras que seriam, posteriormente, publicadas à luz de uma gênese comum: a proposta de projectos alternativos para a sociedade (Coelho, 2016). Em entrevista ao Público, a pesquisadora Fátima Vieira, da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, destaca entre essas obras a que ficou conhecida como *Notícias de Lugar Nenhum* (1890)¹⁰ do britânico William Morris, dentro do contexto da Revolução Industrial, da agudização do conflito de classe e o surgimento das utopias marxistas.

Este primeiro capítulo, dividido em quatro secções, apresentará também uma breve revisão das vanguardas europeias do Século XX; uma revisão do contributo da contracultura norte-americana para o design gráfico, tendo como ponto de partida a compilação *Hippie Modernism: A Struggle for Utopia* (Blauvelt, 2013), de modo a estabelecer conexões e influências de tais movimentos no cenário europeu e português nas décadas de 1960 e 1970. O último subcapítulo situa conceitualmente os livros de artista, a partir do contributo de Johanna Drucker em *A Century of Artist's Books*, e sua trajetória em Portugal ao longo do século XX.

O capítulo está, portanto, assim esquematizado:

¹⁰ *News From Nowhere (or An Epoch of Rest)*, no original.

- 1.1. Cinco séculos de um conceito: utopia. Em busca de contributos de Thomas More para uma ciência do design gráfico.
- 1.2. Notícias de Lugar Nenhum: o mundo ideal desenhado por William Morris
- 1.3. A utopia contracultural no pós-guerra: publicações independentes como resistência política
- 1.4. Questões sobre o Livro de Artista e o impacto da democratização dos múltiplos na cultura criativa do impresso

Passemos, pois, à primeira das quatro secções deste capítulo.

1.1. Cinco séculos de um conceito: utopia. Em busca de contributos de Thomas More para uma ciência do design

A primeira palavra que orienta esta investigação é a **utopia**. Não pretendendo mapear toda a complexa gama de estudos literários que concernem ao tema, esta investigação se inicia pelo próprio sentido vocabular da palavra. Utopia, substantivo feminino, diz respeito a: um lugar ideal, de completa felicidade e harmonia entre os indivíduos; qualquer descrição imaginativa de uma sociedade ideal, fundamentada em leis justas e em instituições político-económicas verdadeiramente comprometidas com o bem-estar da coletividade; por extensão, projeto de natureza irrealizável; ideia generosa, porém impraticável; quimera, fantasia; num sentido filosófico, político e sociológico, nomeadamente marxista, diz respeito a um modelo abstrato e imaginário de sociedade ideal, concebido como crítica à organização social existente, porém inexecutável por não estar vinculado às condições políticas e económicas da realidade concreta; em sociólogos como Karl Mannheim (1893-1947) ou filósofos como Ernst Bloch (1885-1977), utopia concerne ao projeto de organização social capaz de indicar potencialidades realizáveis e concretas em uma determinada ordem política constituída, contribuindo desta maneira para a sua transformação. Etimologicamente, é o nome dado por Thomas More a certo país insular imaginário, com um sistema sociopolítico ideal, no que em 1516 foi publicado como *De optimo reipublicae statu deque nova insula Utopia*, e forjado sobre o grego *ou* no sentido de ‘não’ e *tópos*, no sentido de ‘lugar’.¹¹

Mumford (1922) lembrará que Utopia é, desde há muito, “um nome para designar o irreal e o impossível”. Mais que isso, em sua *História das Utopias*, esboçará uma crítica ao limite

¹¹ “Utopia”, verbete em Houaiss, Antonio (2011). Dicionário Houaiss do Português atual. Disponível em <http://houaiss.uol.com.br>

imaginativo do quotidiano da vida e dos códigos utopianos, nomeadamente na questão das “tarefas sujas”, como por exemplo o abate do gado que estaria relegado a escravos; à limitada liberdade de ir-e-vir de seus cidadãos; e do casamento, este não muito diferente das convenções cristãs no que concerne ao divórcio e adultério. Afinal o elemento crítico da utopia moriana, na visão de Mumford, seria o trato da guerra:

“Entre as condições que corroem a *commonwealth* de More, podemos sublinhar que a guerra, também ela, permanece. A diferença é que os utopianos tentam fazer por meio da estratégia, da corrupção e do que hoje chamaríamos propaganda o que pessoas menos inteligentes fazem recorrendo à força bruta. Da mesma forma que a incubadora utopiana antecipa a invenção moderna, a sua visão e estratégia de guerra antecipam a tática moderna de minar a moral inimiga: esses utopianos são nossos contemporâneos, no bem e no mal! (...) Encaram a guerra como um meio, entre outros, de erradicar os elementos indesejáveis da comunidade.” (Mumford, 1922: 70)

Reis (2012) apresentará o que chama de uma possível leitura idealista, ao reconhecer o caráter dúbio da palavra quanto à sua morfologia, que *vacila* entre o conhecimento substantivo e a vontade adjetiva. O neologismo *utopia* designa, segundo este autor, simultaneamente uma impossibilidade lógica-formal e uma possibilidade retórica-imaginária: “literalmente, um não-lugar, ou melhor, um não lugar (físico) que é lugar (literário).” (p.7)

Na edição comemorativa de 2016¹², o filólogo e investigador português José Vitorino de Pina Martins (1920-2010) esboçará uma relação entre a utopia e a cristandade:

“Os utopianos, que não são cristãos, adoptaram em público e em privado uma sabedoria que poderia resumir-se neste tríplice preceito autenticamente cristão:

- 1) Igualdade dos cidadãos no bem e no mal;
- 2) Amor persistente da paz social e civil (entre os cidadãos e os povos);
- 3) Desprezo do ouro e do dinheiro.” (p.29)

Pina Martins assinala que More é profundamente influenciado por uma visão angelista do Homem e do Mundo e pela própria capacidade de desapego dos bens terrenos. Defende-se, deste modo, que terá sido a Utopia um anti-Príncipe, e Thomas More uma espécie de anti-Machiavelli. Relembra que a visão antropológica de Machiavelli em *Il Príncipe* é “profundamente pessimista”, ao passo que a de More é talvez “demasiado ingênuo”:

“O que vemos na Utopia, que não é cristã? (...) O trabalho, que não escraviza nem aliena, produz a prosperidade para todos com um esforço geral que cada um produz – porque não há ociosos na Utopia – sem se degradar, podendo realizar-se espiritualmente através das letras, da cultura, da arte, de divertimentos superiores. (Martins, p.42)

Contemporânea do impacto dos Grandes Descobrimientos portugueses, o livro de Thomas More não terá sido contudo o primeiro texto utópico na história literária. Mumford (1922) vai

¹² *Vtopia*, edição comemorativa de 500 anos publicada pela Fundação Calouste Gulbenkian em 2016.

lembrar em sua *História das Utopias* que a aspiração a uma sociedade harmoniosa remonta aos filósofos gregos do século V a.C., sendo More um contributo para essa ideia, na esteira do humanismo. Utopia, ou *Vtopia* como quisera seu autor, terá sido escrita por More em casa, depois do regresso de uma viagem a Antuérpia, em 1515. A primeira edição, impressa em Lovaina em 1516, continha lapsos e erros tipográficos, consideravelmente corrigidos na edição de 1518 (Basileia, Froben). Embora se valendo de uma personagem portuguesa no contexto dos Descobrimentos, Utopia só veio a conhecer uma tradução para o português no Século XIX, o que não terá impedido que a elite intelectual lusa tivesse acesso à obra, uma vez que lia o latim e compreendia o espanhol. A primeira versão em castelhano data de 1637, em Córdova. Utopia integra o Index de 1581 e o expurgatório de 1624. “*Raphaelis Hytlodaei Utopia. Omnino prohibetur.*” Mais que censurada, inteiramente proibida. More estava bem acompanhado do amigo Erasmo de Roterdão: “auctor damnatus” .

Mumford e Pina Martins concordarão que More *imitou*, a seu modo, a *República* de Platão. Podem referir-se ainda outras utopias: a moriana ficou bem mais conhecida do que, por exemplo, *O Tratado das Leis* de Gemisto Pléton, autor de um texto quatrocentista em que se desenha uma sociedade autónoma e pagã. Como registra Pina Martins, Pléton integra-se num contexto de obras destinadas a fazer rir, mas que disfarçavam as intenções sérias e os conceitos profundos, tais como a reforma das instituições, das mentalidades e dos costumes.

No esquema-síntese inferido e exemplificado como o *corpus* literário de sua tese, Reis (2007) propõe parâmetros de análise ou o que chama de “possíveis paradigmas de estudo do espírito da utopia”. A obra de More é então inscrita num gênero que contempla utopias e anti-utopias literárias dentre as quais se poderiam destacar, além dela, *New Atlantis* de Francis Bacon, *A News From Nowhere* de William Morris, *Island / Brave New World* de Aldous Huxley e *Irmânia* de Ângelo Jorge. Sob o paradigma utópico-cosmopolita, que vislumbra a “cidade ideal”, a comunidade perfeita, e também o seu contraponto, a cidade reprovada, a anti-utopia, Reis destaca *Licurgo* de Plutarco, *As Aves* de Aristófanes, *Brave New World* de Aldous Huxley, além de programas sociais utópicos ou narrativas derivadas do modelo de Thomas More.

Tal mapeamento do estudo do espírito da utopia permite-nos confirmar que o conceito não se origina, portanto, na obra de More, mas encontrou nela sua síntese semântica mais significativa, de tal modo que a palavra inaugurada nessa obra, cinco séculos depois de publicada, é a que melhor sintetiza a ideia de um impulso, um desejo de outro modo de se estar no mundo. Os editores independentes do contexto português atual, sem o tom apologético e de autoglorificação, revelam uma inteligência diante de um mundo em crise, que terá sempre algo do navegador Hytlodeu. Reis (2012) aponta que na irredutibilidade do navegador filósofo a

colaborar com o poder está o espírito insubmisso que ousará imaginar uma outra possibilidade de existência, a saber, uma re-existência:

“As perguntas de Hytlodeu denunciam a qualidade estática e de resistência oferecida pelos valores dominantes, dificilmente removíveis por valores alternativos, apegados que parecem estar aos processos mentais de representação da realidade, como se tratassem de conceitos puros – para utilizar uma terminologia kantiana –, anteriores a toda a experiência possível e indispensáveis à cognoscibilidade do mundo. O narrador More fingirá dissuadi-lo, propondo uma filosofia obsoleta de maior compromisso para com os compromissos ideológicos dos monarcas, que abandone sua visão utópica e jogue pedagogicamente com a função social integradora da ideologia.” (Reis, 2012: p. 73)

O navegador-filósofo Hytlodeu estende a civilização ao ultramar, a iluminar a situação social na velha Ânglia. Introduz a milhares de cidadãos da Europa do século XVI a imagem de marinheiros portugueses baseados na personagem de Rafael Hytlodeu. *Utopia* terá contribuído para um maior interesse sobre Portugal e também sobre as novas terras recém-“descobertas”, nome grandiloquente para o que historicamente ficou demonstrado ser, do ponto de visto de seus antigos habitantes, uma invasão genocida. Como frisa o antropólogo brasileiro Eduardo Viveiros de Castro¹³: o *mundo*, para os nativos ameríndios, acabou com a chegada das naus ibéricas no fim do Século XIV.

Neste subcapítulo, procurou-se situar histórica e literariamente o termo “utopia”, num passeio transdisciplinar a fim de se levantar questões caras ao desenvolvimento do design gráfico e à arte da edição, como se verá adiante.

1.2. Notícias de Lugar Nenhum: o mundo ideal desenhado por William Morris

Herdeiro de uma tradição utópica que se traduz numa proposta estética e numa prática política, William Morris é um autor praticamente desconhecido do público português até 2003, quando a Antígona publica *Artes Menores*, coletânea de artigos e conferências de Morris com tradução de Isabel Donas Botto.

Morris, que editou e prefaciou uma edição da *Utopia* para a Kelmscott Press em 1893, defende no prefácio da edição que Thomas More deve ser considerado “o último dos antigos, mais do que o primeiro dos modernos” (p. 218) A edição da Kelmscott é baseada na segunda edição, de 1556, com tradução original de Ralph Robinson. Morris terá sido naturalmente um

¹³ In: “Os involuntários da pátria”. Aula pública durante o ato “Abril Indígena”, Cinelândia, Rio de Janeiro, 20 de abril de 2016. Reproduzida no Ciclo Utopias: Arquipélago Verde, Teatro Maria Matos, Lisboa, 2017. Disponível em URL < https://issuu.com/teatromariamatos/docs/af_reader-verde-web >

grande admirador desta obra, que teve uma edição dupla da Kelmscott Press: uma em papel, a preço acessível, e outra em pergaminho fino, para colecionadores.

Löwy (2016), num capítulo sobre a corrente romântica nas ciências sociais de Inglaterra, ao ressaltar os contributos de E. P. Thompson e Raymond Williams, guarda um tópico especial para destacar Morris como elo entre o romantismo e o socialismo. A partir da leitura do texto biográfico “William Morris” de Thompson, Löwy observará os elementos constituintes do pensamento de Morris, a partir do confronto de dois arquétipos: Sir Lancelot e Mr. Gradgrind. Nas suas palavras, “de um lado o herói romântico por excelência, a encarnação mítica da nobreza de espírito cavalheiresco. Do outro lado, graças ao personagem criado por Dickens em *Tempos Difíceis*, o representante do utilitarismo burguês mais elementar, esse ‘sistema teórico fundido em aço para a fusão de partes de Adam Smith e de Ricardo, Bentham e Malthus.’” (p. 89). Sobre o *locus* de observação social de Morris, observa:

“Thompson está convencido de que, graças a este retorno intelectual à Idade Média, Morris conseguiu libertar o seu espírito das categorias burguesas, encontrando um lugar imaginário, um observatório a partir do qual ele podia ‘olhar para sua época com os olhos de um estrangeiro ou um visitante, julgando-a com critérios outros que os seus.’” (Löwy, 2017: p.90)

Raymond Williams dirá, segundo Löwy, que “cada geração reviverá a ilusão que consiste em sentir que ela mesma viveu a crise do desaparecimento de uma Velha Inglaterra e a chegada de um mundo moderno decaído”¹⁴. Em Lisboa, Anselm Jappe mencionará que Morris é um raro intelectual que fez a crítica da sociedade industrial¹⁵, mas o próprio Morris, no prefácio à *Utopia* de 1893, reconhecerá em More a crítica original ao industrialismo que destruiu a vida campesina e criou a indigência social, o “vagabundo sem dono”. A crítica de Morris à sociedade industrial será em grande parte influenciada por John Ruskin. Em *Stones of Venice*¹⁶, Ruskin fará uma defesa do estilo gótico como fruto da liberdade criativa do artesão medieval. Em sua conferência, Morris fará alusão ao capítulo “Sobre a natureza do gótico e o papel do trabalhador nesse contexto”, uma defesa eloquente da imprescindibilidade do prazer no trabalho, que Ruskin considera perdido na moderna sociedade industrial uma vez que se opta pela mecanização da produção. Thompson vê a utopia morrisiana como “romantismo invertido”: são as aspirações satisfeitas pelo porvir emancipado, mais do que uma revolta das aspirações insatisfeitas contra a miséria do presente, que revelam a miséria do passado (capitalista).” “Morris não é um epígono tardio dos grandes poetas e críticos sociais do sec XIX”. O posfácio

¹⁴ Citado por Löwy a partir de *The country and the city*, 1973.

¹⁵ Em conferência na Livraria Ferin em maio de 2017, no âmbito do lançamento do livro *Uma Conspiração Permanente Contra o Mundo*, Editora Antígona.

¹⁶ Obra publicada em três volumes entre 1851 e 1853, citada em *Artes Menores*.

da biografia de Thompson na edição de 1976 vai lamentar o desencontro entre o marxismo posterior a Marx, fortemente impregnado de positivismo e utilitarismo, e o socialismo romântico de Morris.

Botto, no prefácio de *Artes Menores* (Morris, 2003), apontará a centralidade do conceito de “prazer no trabalho” na teoria de Morris. O autor propõe, segundo a sua tradutora portuguesa, repensar a forma como se encara o trabalho, que não deveria ser algo penoso, permanentemente ao serviço da necessidade de sobreviver ou de consumir. Sempre opressivo, com pequenas pausas de lazer, vinculadas a um consumo compensatório e alienatório: “uma indústria de lazer que não altera a rotina desgastante do trabalho”. Morris propunha como alternativa um conceito de trabalho que motive prazer, na medida em que é útil, produtivo e não alienante, “o qual não se integra no quotidiano degradado que marca a sociedade capitalista (p.14). Tal conceito é apresentado no romance *News From Nowhere* como “a arte do trabalho-prazer”.

Avaliando a importância do legado de Morris, Botto cita o livro de Paul Thompson, *Why Morris Matters Today*, de 1991. A obra faz uma crítica ao estilo do escritor, considerada datada pela forte marca de oralidade e pelas recorrências a arcaísmos decorrentes de sua admiração e conhecimento da literatura medieval. No entendimento de Thompson, a visão utópica de Morris merece ser reconhecida no que tem de mobilizador, “na sua proposta de repensar a nossa relação com o trabalho e recriar o quotidiano – em alternativa a uma visão retrospectiva e nostálgica (à qual tem sido frequentemente associada), ou a uma visão determinista e fatalista, ou ainda a uma simples postura de apatia e alienação” (p. 15)¹⁷. A autora afirma que apesar de suas limitações, a visão utópica de Morris merece ser “(re)conhecida” no que tem de mobilizador, em sua proposta de repensar a nossa relação com o trabalho e recriar o quotidiano.

Junto com seu discípulo Edward Burne-Jones, Morris produzirá edições que exibem ostensivamente qualidades artesanais no ofício tipográfico, como será exemplo a edição dos clássicos medievais de Chaucer, *The Works of Geoffrey Chaucer* (Queiroz, 2012). Esta edição será considerada por Drucker (1995, p. 29) a grande realização de Morris em seu trabalho com livros: denso mas uniforme, complexo mas legível, expressivo da sensibilidade medieval de Chaucer, consagrando as habilidades de Morris como designer de tipos e de livros. Publicado em 1896, o chamado “Kelmscott Chaucer” é considerado a obra máxima dos 53 livros da Kelmscott Press¹⁸. Morris terá trabalhado no projeto durante quatro anos, em todas as dimensões criativas: o desenho das letras capitais, os títulos, a decoração das margens, a escolha das tintas e do papel. Faleceu pouco depois de o ter terminado, em 1897.

¹⁷ No prefácio a *Artes Menores*. Antígona, 2006.

¹⁸ Um dos 425 exemplares impressos é parte do acervo da Biblioteca de Arte Gulbenkian, em Lisboa.

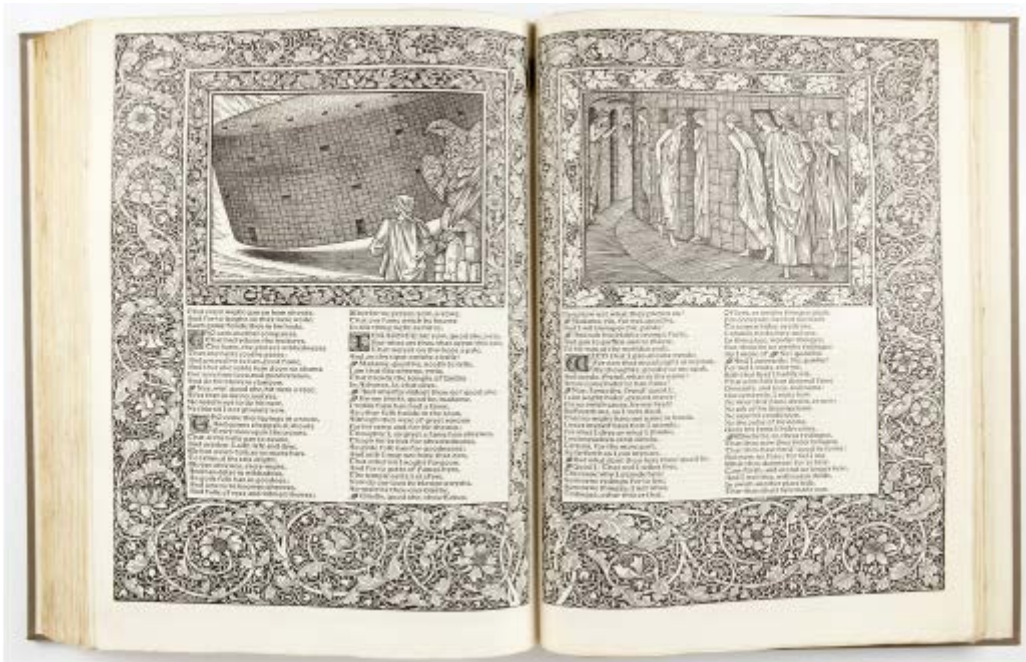


FIGURA 1. *The Works of Geoffrey Chaucer*. Biblioteca de Arte Gulbenkian. Disponível em <https://gulbenkian.pt/biblioteca-arte/publication/the-works-of-geoffrey-chaucer/>

Em 1895, um ano antes de concretizar seu exemplar de Chaucer, Morris expressou a relação do projeto com os objetivos da Kelmscott Press:

“Eu comecei a imprimir livros com a esperança de produzir alguns com clara pretensão à beleza, ao mesmo tempo que fáceis de ler, sem ofuscar a vista nem perturbar a mente do leitor pela excentricidade da forma das letras. (...) Era natural que eu, sendo decorador por profissão, procurasse ornamentar adequadamente meus livros: sobre esta questão, direi apenas que sempre tentei manter em mente a necessidade de fazer de minha decoração parte da página de tipos. Acrescentaria que, ao desenhar as magníficas e inimitáveis gravuras que ornaram vários dos meus livros, e sobretudo vão adornar o Chaucer já em fase de finalização, meu amigo Sir Edward Burne-Jones nunca perdeu de vista este ponto importante, de modo que seu trabalho não só apresenta uma série de belíssimas e criativas gravuras, como constitui a mais harmoniosa decoração possível para o livro impresso.” (Heitlinger, 2007)¹⁹

Mesmo no campo da edição independente atual, é comum a crítica ou pouco entusiasmo por livros de luxo pouco acessíveis. Tal “fetichização do impresso” ecoa a crítica que Morris faz da separação entre as artes. Na sua conferência “Artes Menores”²⁰, Morris advoga que a separação da “grande arte” – Arquitetura, Escultura e Pintura –, das designadas artes menores, as Artes Decorativas, foi muito prejudicial para as artes.

“As artes menores tornaram-se triviais, mecânicas, acéfalas, incapazes de resistir à pressão para a mudança fomentada pela moda e pela desonestidade; quando às artes maiores, (...),

¹⁹ Disponível em URL < <http://tipografos.net/designers/kelmscott-press.html> >

²⁰ Citada em *Artes Menores*, p. 22.

acabam forçosamente, uma vez desfeita a ligação com as artes menores, essa colaboração mútua, por perder a sua dignidade de artes populares, tornando-se meros e enfadonhos acessórios de um fausto desprovido de significado, ou engenhosos brinquedos de homens ricos e ociosos.” (p. 24)

Tal raciocínio poderia ser aplicado à produção gráfica em elogio a edições com primor de acabamento e design editorial, mas de interesse restrito. Aceitando o risco de fazer mau uso do raciocínio de Morris, retirando-o de seu contexto original, é possível aceitá-lo como ilustração perfeita de um certo sentimento que acomete o consumidor de livros de arte no que concerne à relevância destes eventos ao que se denomina “dignidade de arte popular”: até que ponto são afirmações de um circuito independente e autônomo e passam a incorrer nesse delito já apontado por Morris em 1877, de serem “meros e enfadonhos acessórios desprovidos de significado”? Citada por Silveira (2001), Anne Moeglin-Delcroix mencionará *livre de peintre*, “exemplar de luxo, semi-artesanal e caro, inevitavelmente ligado ao consumo burguês” (p. 43).

O prefácio de Morris para a *Utopia* da Kelmscott fornece algumas chaves de leitura para a relação do fundador da Arts & Crafts com o inventor da palavra utopia: a ligação de More com a idade Média, o fato das suas ideias serem bastante avançadas para o seu tempo (embora tivessem já no século XIX identificadas com a banalidade do discurso liberal), e por fim, uma interpretação de *Utopia* não como um lamento por um futuro que poderia ter sido, mas como uma previsão de um estado social que há de vir.

Falecido no fim do século XIX, Morris não vê as vanguardas nem as revoluções políticas europeias do início do século XX, mas as sementes utópicas do movimento Arts & Crafts e da Kelmscott Press estavam plantadas e floresceriam pelo continente.

Neste subcapítulo, apresentou-se uma breve perspectiva dos contributos de William Morris à história da edição impressa, a partir de um ideal utópico, estético e político presente na obra moriana.

1.3. A utopia contracultural no pós-guerra: publicações independentes como resistência política

Este subcapítulo apresenta uma breve introdução histórica do panorama criativo dos impressos gráficos observados na Califórnia na segunda metade dos anos 1960. Presente no imaginário imagético de todas as gerações que a sucederam, o conjunto das experiências do chamado “modernismo *hippie*”²¹ verificado sobretudo em Haight-Ashbury²², a partir de 1967,

²¹ O termo *modernismo hippie* terá sido cunhado, segundo Blauvelt, por Lorraine Wild, em seu *Transgression and Delight: Graphic Design Cranbook*.

²² Haight-Ashbury é um distrito da cidade de São Francisco, na Califórnia.

guarda relação imediata com a *Utopia* de More, ao repensar uma ordem política e social; aproximam-se das vanguardas europeias ao equacionarem uma nova estética; e identificam-se com a edição independente, ao materializar propostas que escapam da convencionalidade das práticas de mercado.

Em *Políticas da Escrita*, Rancière (1996) propõe uma reflexão a partir do comentário de Baudrillard: “A América é nossa utopia.” No contexto das democracias que surgem no século XX, a América seria o lugar da utopia sociológica, utopia do ressentimento filosófico em relação à democracia, utopia da democracia exatamente semelhante à sua ausência, insensata ou anestesiada, portanto “boa”. O autor definirá o lugar da democracia como o da visibilidade provisória e ambígua, da verdade inverossímil:

“A América é a democracia semelhante a si em toda parte, perfeitamente visível, perfeitamente opaca. Nela a democracia é absorvida exatamente em sua matéria, o social. (...) A América é o continente que conjurou a infelicidade da política (o teatro democrático) por meio de sua felicidade (a carne indiferente da democracia). Utopia da política auto-anulada, que é também uma utopia da ciência. A gigantesca mimese opaca que se chama indiferentemente democracia ou televisão. O reino do visível semelhante a si mesmo em toda parte, indiferente, opaco a si mesmo pelo fato de só reproduzir indefinidamente a pressuposição do todo visível. (Rancière, 1996: p. 200)

Esta chamada utopia da política auto-anulada, ou da ciência, teve um momento emblemático, em termos de seu impacto cultural e na história do design gráfico, na década de 1960, na Califórnia. Uma estética derivada de experiências psicoativas, nomeadamente do consumo de LSD, combinada com uma mobilização política contra a Guerra do Vietnam, terão sido os componentes para uma explosão criativa de alto impacto no design gráfico em São Francisco a partir de 1967. Blauvelt (2015) resgata esse momento da Califórnia como epicentro de transformações sociais e culturais sendo escrita como uma nova forma de modernidade global que emergiu nos anos 1960.

Entre experiências notáveis do design editorial deste modernismo *hippie*, mencione-se, dentre tantas experiências que ecoam e se vinculam com o espírito da edição independente, na viragem dos anos 1960 e 1970, as experiências de Sheila Levrant de Bretteville, os meta-manuais, e as revistas *Aspen* e *Scanlan's Monthly*. O design pioneiro de Bretteville “ajudou a formular estratégias de participação, representação e engajamento que não só deram forma ao papel do feminismo na cultura californiana dos anos 70 como também serviram como crítica do modernismo e da sua pedagogia nas décadas vindouras”. (Blauvelt: p. 258). Junto com a artista Judy Chicago e a historiadora Arlene Raven, colegas na CalArts (California Institute of Arts), Bretteville funda o Feminist Studio Workshop, um dos primeiros programas de arte independente para mulheres, e o Womans Building, uma comunidade feminista não-lucrativa

que também funcionaria como centro cultural em Los Angeles. Bretteville produziu alguns dos mais icônicos trabalhos de design feminista, como o *Everywoman Journal* (Fresno, 1970) e o poster para a conferencia *Women in Design: The Next Decade*.

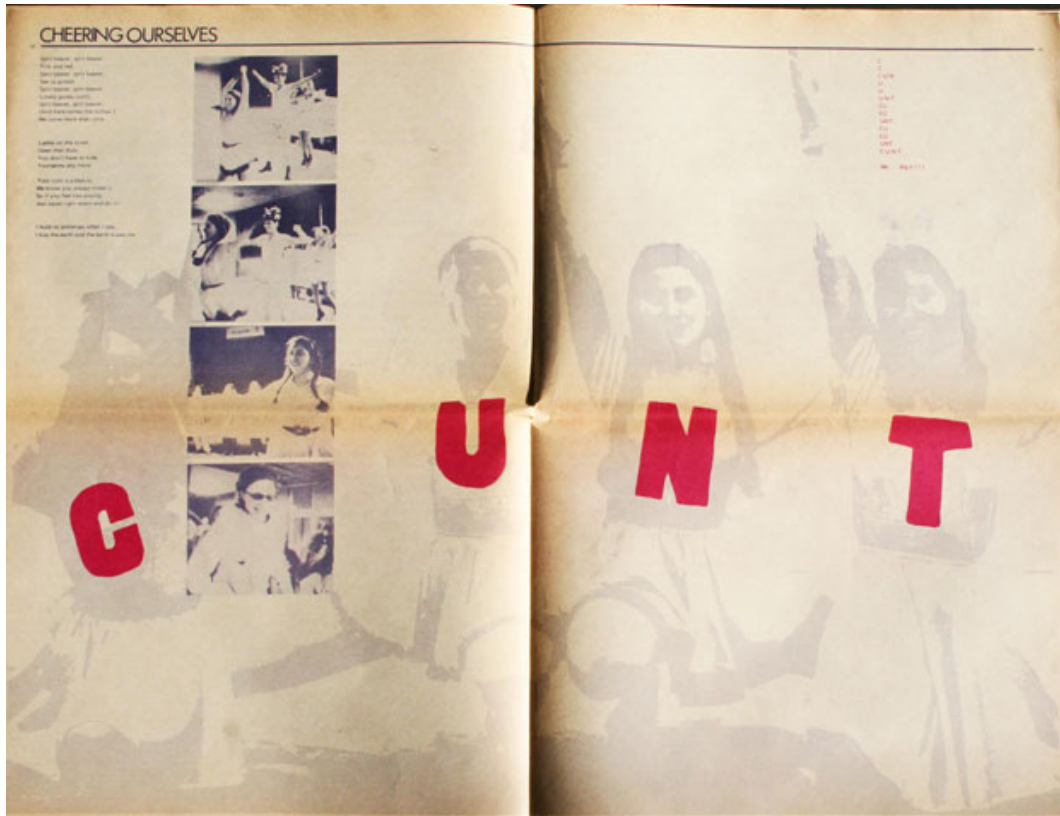


FIGURA 2. *Everywoman Journal*. Projeto de Sheila de Bretteville. ©Sheila Studio.

Disponível em URL < <http://sheilastudio.us/> >

Publicações únicas, geralmente escritas, desenhadas e publicadas pelas mesmas pessoas, os chamados *meta-manuais* desafiavam métodos convencionais de coleta e disseminação de informações a fim de “libertar o seu público das estruturas de uma educação convencional”. O mais importante e influente dos meta-manuais terá sido o *Whole Earth Catalog*, de 1968, inicialmente desenvolvido pelo biólogo Stewart Brand. A publicação se propunha a reunir informações editorialmente focadas em autonomia, ecologia, educação alternativa, "do it yourself" (DIY), e holismo, sob o lema “Access to tools”. Blauvelt descreve esta publicação como um conjunto de “low-end typography e clip-arts” que poderiam ser tomados como “amateur vernacular”, fora ou abaixo dos padrões do design gráfico profissional. Mas em retrospectiva, foi um dos lançamentos que marcaram aquela época.

Aspen, editada por Phyllis Johnson, apresentava-se como “a primeira revista tridimensional.”²³ Pretendendo-se “termómetro” de seu tempo, a publicação se apresentava em edições customizadas, temáticas, com vários objetos multimídia numa caixa: livretos impressos, pôsteres, postais, filmes super 8, esculturas, disquetes, etc. Cada edição era editada e desenhada por um artista diferente, tais como: Andy Warhol e David Dalton, Quentin Fiore, Brian O’Doherty, Dan Graham, Angus e Hetty MacLise. Seus dez números, expostos em conjunto na Culturgest em 2017²⁴, atestam o conceito de “cápsula do tempo” imaginado por Johnson, cuja forma ecoa em projetos contemporâneos como a *Propeller*, da Stolen Books.²⁵

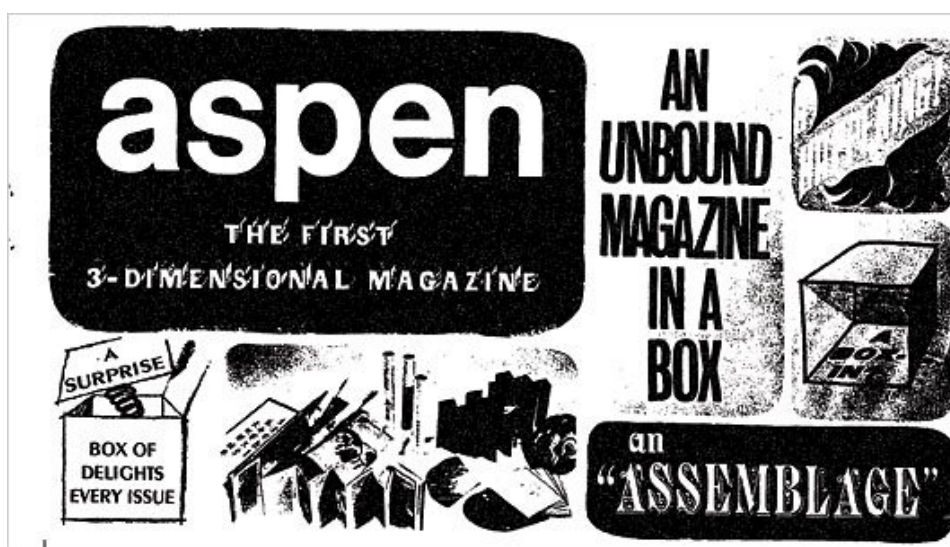


FIGURA 3. Anúncio parcial da revista *Aspen*, 1967. The New York Times: Artsbeat blog. Disponível em: < <https://artsbeat.blogs.nytimes.com/2007/07/24/the-magazine-in-a-box/> >

Scanlan’s Monthly, editada por Barbara Stanfacher Solomon, Warren Winckle III e Sidney Zion, enfrentou o boicote de gráficas nos Estados Unidos pela sua temática altamente subversiva. Embora pouco (re)conhecida, *Scanlan’s* terá sido, aponta Blauvelt, uma das experiências de design editorial mais ousadas daquele período californiano que primou precisamente pelo design editorial de alto viés experimental.

²³ Em seu editorial no primeiro número.

²⁴ Realizada pela Culturgest em 2017, a exposição “Time Capsule” contextualiza os 10 números da *Aspen* publicados entre 1965 e 1971, para além de muita documentação sobre os diversos colaboradores da publicação a partir da coleção de António Neto Alves.

²⁵ *Propeller* integra o catálogo da editora portuguesa Stolen Books, estudada no Capítulo 4.



FIGURA 4. Capas de *Scanlan's Monthly*. Acervo William Gillis.

Disponível em <http://liamk.org/scanlans/>

Neste subcapítulo, apresentou-se de forma breve um retrospecto sobre o fenómeno cultural da cena *hippie* californiana, seus contributos para a história do design gráfico e editorial do século XX e seus paralelos simultâneos numa Europa em que o design gráfico subversivo sai das oficinas e ateliers para tomar as ruas.

1.4. Questões sobre o Livro de Artista e o impacto da democratização dos múltiplos na cultura criativa do impresso

“Retroaplicar conceitos nos permite ir até onde quisermos.”

Paulo Silveira – A Página Violada

Neste subcapítulo, apresenta-se uma introdução conceitual (ou aos esforços de se definir conceitualmente) o livro de artista, bem como um breve histórico de exemplos notáveis e a trajetória do livro de artista em Portugal, a partir de alguns dos seus investigadores contemporâneos.

Atribui-se a Marcel Duchamp a definição de que o livro de artista será um livro de artista se assim for dito pelo artista. A dificuldade de se definir o livro de artista é portanto o próprio ponto de arranque da discussão. Silveira (2001) considera que podemos retroceder no tempo

“quase indefinidamente” na busca da origem do livro de artista: “É um fato: a *Caixa verde*, de Duchamp (1934), é um claro livro de artista (ou, mais especificamente, livro-objeto. Assim como (...) os livros de Blake, publicados entre 1788 e 1821, ou qualquer dos cadernos de Leonardo da Vinci, executados no século 15 e começo do 16.” (p.30) Será no final do século XX, entretanto, que o entendimento da “autonomia” desse tipo de obra de arte é legitimado. Silveira aponta autoras de três compêndios de referência na sistematização tipológica do livro de artista: Riva Castleman (1994), Johanna Drucker (1995) e Anne Moeglin-Delcroix (1997), além dos artigos de Clive Phillpot.

Autora do livro e curadora da exposição *A century of artists books* em 1994, Castleman destacara anteriormente o livro de artista como “um dos mais importantes subprodutos da arte conceitual”, e entendia o moderno livro de artista como uma obra surgida na última década do século XIX, a partir de uma visão totalizante do autor vinculada a experimentalismos conceituais. *The century of artist's books*, lançado pela artista e acadêmica Johanna Drucker no ano seguinte (1995) fará, segundo Silveira, o contraponto a certa visão conservadora que se acusa em Castleman. De fato, para Drucker, o livro de artista é uma empresa exclusiva do século XX, ainda que devedor de experiências anteriores. Defenderá que o livro de artista é a arte do século XX por excelência: “In many ways it could be argued that the artist's book is the quintessential 20th-century artform.” (p.1)²⁶ Ao mesmo tempo, os livros de artista desenvolveram-se num campo separado, principalmente após 1945, quando o livro de artista começa a ter “os seus próprios praticantes, teóricos, críticos, inovadores e visionários”. (p.69)

Poder-se ia argumentar que a premissa básica do livro de artista como forma de arte alternativa, capaz de existir fora das estruturas de um museu, foi estabelecida no século XX. Mas para Drucker é evidente que os livros de artista se tornaram autossuficientes, e mesmo autodefinidores, depois do meio do século. Artistas como Isidore Isou, Gabriel Pommerand e Maurice Lamaitre são citados como exemplos de *lettrism*, ao realizar performances, filmes, poesia e eventos usando os livros como um suporte para uma campanha estética maior. Depois da metade do século, os artistas começaram a fazer dos livros a sua atividade principal, sem ligar o conteúdo e a forma do livro a uma agenda já estabelecida. Segundo Drucker, essa atitude compõe o trabalho de dois pioneiros do pós-guerra: Dieter Roth (também conhecido como Diter Rot) e Edward Ruscha. Os trabalhos de ambos os autores são, tanto para Castleman quanto para Drucker e Moeglin-Delcroix, pontos inaugurais, ou de maturação, no desenvolvimento dos livros de artista como um formato. No entanto, Moeglin-Delcroix verá em Ruscha um caráter

²⁶ Tradução livre: “De diversas formas poderia ser dito que o livro de artista é, por essência, a arte do Século XX.”

revolucionário que falta aos primeiros trabalhos de Roth, ainda muito relacionados com o construtivismo abstrato suíço dos anos 50.²⁷



Figura 5. Dieter Roth, *Daily mirror book*. 1961. Forlag ed, Reykjavík. Dieter Roth Foundation, Hamburg. © Dieter Roth Estate. Moma.org. Disponível em https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2013/dieter_roth/works/

²⁷ Como relatado por Silveira (2001), p. 45.

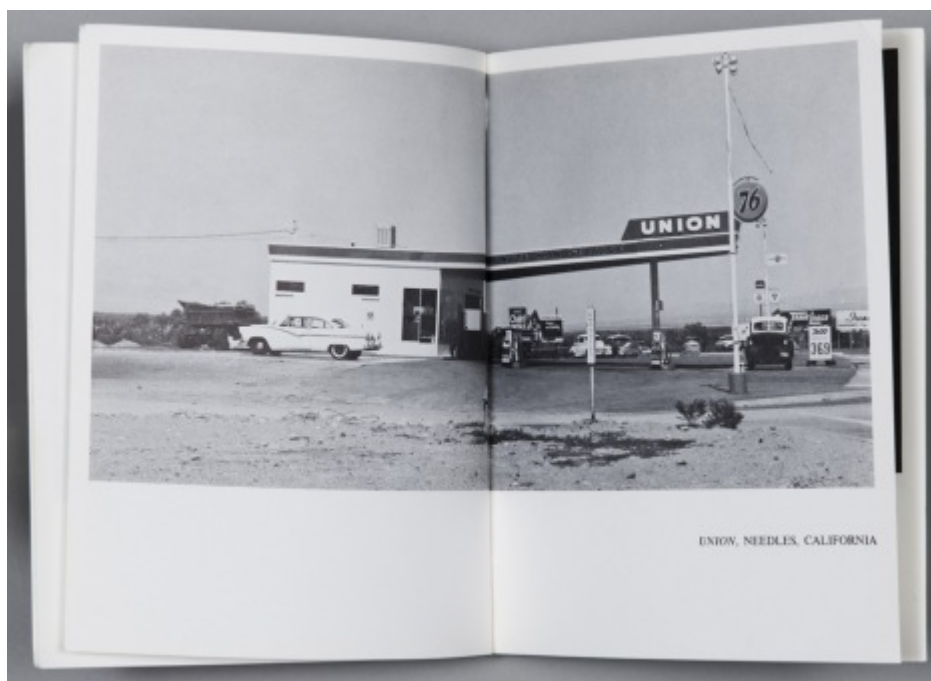


FIGURA 6. Edward Ruscha, *Twentysix Gasoline Stations*, 1963. © Edward Ruscha. Tate Modern. Disponível em <http://www.tate.org.uk/about/projects/transforming-artist-books/summaries/edward-ruscha-twentysix-gasoline-stations-1963>

Drucker defende que seria um erro supor que tais obras não se relacionassem com nada, separados de uma rede de influências e ideias nas artes, mas teriam sido únicos no que exploraram e inovaram no potencial da forma do livro. Drucker citará também Joan Lyons, que afirmava em 1984 que os livros de artista começaram a proliferar nos anos 1960 e 70 no clima de ativismo social e político. Relativamente baratas, as edições despojadas eram uma manifestação da desmaterialização do objeto artístico e da nova ênfase no processo. Há mitos sobre o livro de artista, naturalmente. Drucker apontará que o primeiro deles seria a necessidade dos livros de artistas serem trabalhos baratos em edições não-numeradas ou não limitadas. O segundo é que estes poderiam ser produzidos em pequeno formato, sob mecanismos comerciais. O terceiro é que isso produz uma forma de arte democrática. Finalmente, aponta uma confusão que surge entre a ideia do que é acessível para o artista fazer e para o consumidor comprar.

Segundo Drucker, as edições *off-set* são caras de se produzir, requerem algum capital de investimento, e são impressas em máquinas cujo preço tende a estar fora do orçamento de artistas independentes, apesar dos livros em *off-set* serem considerados *low-end* do mercado de livros em termos de preço. Tendo isso em consideração, a autora lembra que nas décadas do pós-guerra os serviços de impressão eram relativamente baratos. A primeira edição de *Twentysix Gasoline Stations*, que Ed Ruscha lançou em 1962, com 400 cópias de 24 folhas,

poderia facilmente ter custado entre \$1 e \$2 a cópia²⁸. Nessa primeira edição, as cópias eram também numeradas, mas nas edições seguintes Ruscha abandonou essa prática, segundo Drucker. Moeglin-Delcroix²⁹ qualifica a produção do livro de artista a partir de uma afirmação de Ruscha em 1965: “livros singelos, de edição limitada, e baixo preço de venda, com reproduções fotográficas frequentemente não estetizantes e impressão off-set, propiciando ao artista pleno controle do trabalho.” A importância da democratização dos múltiplos na proliferação de livros de artista não deveria ser subestimada, segundo Drucker, e terá se tornado um paradigma definitivo nesse tipo de produção.

Na análise do livro de artista como agente de mudança social (p.287) Drucker elencará como exemplos notáveis *Cha Cha Cha*, de Stephen Willats (Coracle, 1982); *Service: A Trilogy*, de Martha Rosler (Printed Matter, 1978); *Industrial Woman*, de Jas Duke, Peter Lyssiotis e Vivienne Mehes (1986); *They Shall Cast Out Demons*, de Bill Burke (1983); *The Gynecologist*, de Joan Lyon (Visual Studies Workshop, 1989); *American History Lessons*, de Larry Walczak, 1979; *SimWar*, de Brad Freeman, 1991; *American Information*, de Patricia Tuohy (1982); *Der Pralinenmeister*, de Hans Haacke (1982); *Three Works*, Martha Rosler, *Television*, Miles DeCoster (1985), entre outros.

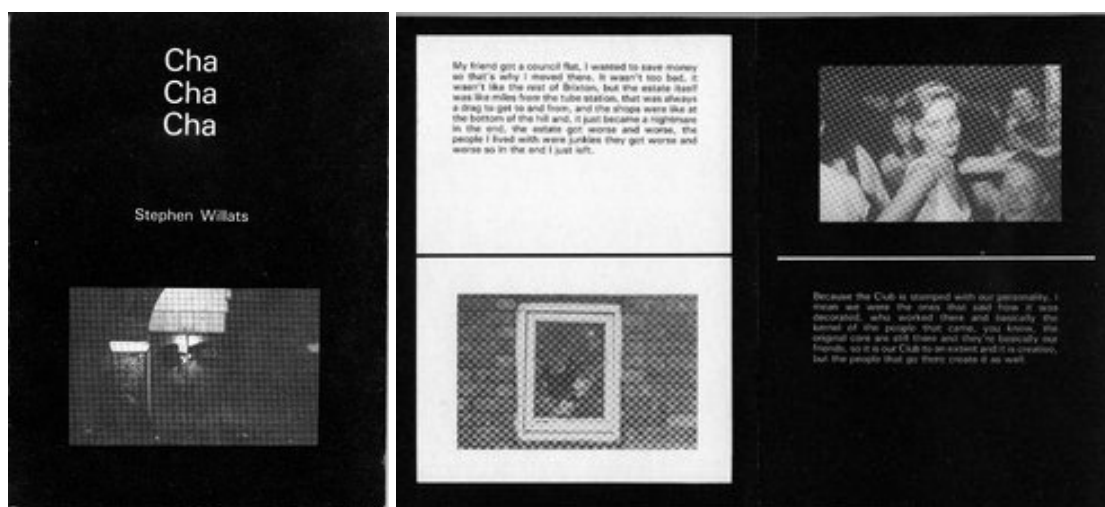


FIGURA 7. Capa e páginas internas de *Cha Cha Cha*, de Stephen Willats, 1982. Coracle/Lisson Gallery.

Disponível em <http://stephenwillats.com/work/cha-cha-cha/>

²⁸ Os preços hoje, corrigidos pela inflação do período, seriam 3x mais, segundo a autora.

²⁹ Citada por Silveira (2001), p. 43.

Parceiras na plataforma *Tipo.pt* e na produção do anuário *Portuguese Small Press Yearbook*³⁰, Cardoso e Baraona (2013), a despeito das dificuldades de se definir o livro de artista, apontarão uma característica que o distingue dos demais: “ele é inteiramente concebido como um objeto de arte. É um veículo para expressão artística” (p. 5).

Este primeiro capítulo, Design como Utopia, compreende um arco temporal de 500 anos. Como ponto de arranque para se investigar a utopia da edição independente, buscou-se a origem da própria palavra utopia na obra que Thomas More publicou em 1516, e daí seu percurso literário, estético e político, vindo a encontrar no século XIX, nas “artes menores” de William Morris, um elo entre essa antiga utopia e as vanguardas políticas e artísticas do início do século XX. O capítulo também introduz o conceito de livro de artista, arte intimamente ligada ao século XX, a partir das contribuições de autoras que situam a questão do livro de artista, tais como Castlevan, Drucker e Moeglin-Delcroix.

³⁰ Nomes incontornáveis do estudo e catalogação do livro de artista e edições de autor no panorama português, Cardoso e Baraona compilam desde 2013 todas as edições independentes publicadas em Portugal no ano anterior ao lançamento da publicação, dentro do âmbito da arte contemporânea. Paralelamente, a plataforma *Tipo.pt*, vinculada ao projeto de doutoramento de Isabel Baraona, propõe reunir de forma indexada por autor, título, ano e editora, o máximo de dados sobre as edições de autor desde os modernistas do início do século XX.

Capítulo 2: O impresso no contexto digital

Neste segundo capítulo, pretende-se inicialmente contextualizar o impresso no contexto digital, fenómeno que se observa mais intensamente a partir da segunda metade dos anos 1990, extendendo-se à massificação atual dos suportes digitais de leitura, quais sejam e-readers, tablets e telemóveis. A revisão bibliográfica contempla autores que discutem essa transição digital bem como o futuro do livro, tais como Ludovico, Furtado, Eco e Carrière.

A segunda parte do capítulo propõe uma análise introdutória da cadeia produtiva da publicação impressa atual. Entre o editor-autor e o leitor observa-se uma gama de funções diversas que abrangem o desenho e a cunhagem de tipos, o design editorial, a impressão, a montagem dos exemplares e a sua distribuição. Assim, nesta parte, tenta-se dimensionar o impacto das transformações do mercado nessas atividades.

O capítulo analisa também o cenário de atual do comércio do livro em Portugal, a partir da entrada de grandes redes supermercadistas no mercado livreiro a partir de meados da década de 1980, tendo como referência principal a investigação de Rui Beja no período 1970-2010, além de instrumentos de legislação destinados a equilibrar o mercado em prol do editor independente.

Está assim esquematizado:

- 2.1. Percurso histórico: as novas e velhas crises do impresso, desde 1894
- 2.2. Atores intermediários entre o autor e o leitor: especialidades em crise
- 2.3. O mercado gráfico e editorial português: dados

2.1. Percurso histórico: novas e velhas crises do impresso

“Books must disappear, or they will ruin us.”

Octave Uzanne, *La fin des livres*, 1894

Muitos autores debruçam-se sobre as implicações do paradigma digital sobre a civilização que o objeto impresso criou. Observador a partir do contexto português, Beja (2013), vai constatar que, num curto espaço de tempo decorrido, a revolução digital provoca o que chama de “profunda alteração num paradigma sociocultural universal, que remonta simbolicamente a 1455, data aproximada da publicação da Bíblia de 42 linhas, a famosa Bíblia de Gutenberg que marcou o início do livro impresso” (p. 79). A era da “galáxia Gutenberg” dá, assim, lugar à era da “informação globalizada”.

Numa perspectiva mais ampla, entre o surgimento da imprensa por Gutemberg no século XV e a primeira “crise” do livro impresso no século XIX, estabeleceram-se os Estados Nacionais modernos. Flusser (1980), ao fazer a relação entre a alfabetização da burguesia e o estabelecimento desse Estado Nacional, aponta como um dos efeitos desse processo a alienação dos dialetos orgânicos do continente europeu. O livro impresso teve desse modo um importante papel nessa marcha civilizatória, mas seu êxito terá, por outro lado, significado uma surpreendente degradação cultural:

“O Estado Nacional substituiu o dinástico quando a alfabetização tornou-se geral na burguesia, graças ao livro impresso, e quando o campesinato, transformado em proletariado pela Revolução Industrial, passou a aprender a língua nacional no ensino primário obrigatório, e ficou alienado de seus dialetos. Este processo de alienação da língua materna em prol da língua do dono da fábrica, continuou se acentuando no curso do século 19 e da primeira metade do século 20. O resultado era nacionalismo e degradação das línguas originais – e das culturas correspondentes – em folclore. (Flusser, 1980)³¹

Potencialmente disruptivo, o livro impresso nasce como uma arma, não raro guardada sob forte esquema de vigilância, o que no imaginário comum encontrará uma representação exemplar na abadia do romance *Il Nome della rosa*, de Umberto Eco. Numa reflexão sobre o objeto livro, Tavares (2012)³² vai rememorar sua trajetória como um objeto perigoso, a ser guardado longe dos escravos:

“Em alguns países, em tempos não muito antigos, entre os castigos mais violentos estava este: quando algum escravo era apanhado a aprender a ler, era chicoteado dezenas de vezes. Um castigo muitíssimo severo. Ler era mais grave do que roubar. Começar a ler era como começar a preparar a fuga. Começar a preparar a vontade da fuga, a necessidade de fuga. Eis o mais perigoso. (...) Eis, pois, o perigo – o livro. Objecto que era sempre colocado longe dos escravos (como se fossem uma arma, precisamente). (...) Eis, pois, para começar, uma possível definição de livro: um objecto que tem a potência de libertar da escravidão.” (2012: p. 231)

Da potência de liberdade vem a metáfora do livro como máquina: “máquina de fazer pensar, de iluminar”: “O livro antigo poderia ser visto como instrumento para caminhar no escuro sem tropeçar, instrumento-lanterna do tempo”. Um objeto a iluminar a escuridão ao redor. Na introdução a *O Livro*, Furtado (1995) reflete que se a “idade do livro” se encontrar no seu fim, terá durado 400 anos. Na abordagem do livro como mercadoria, o autor cita a análise de Fabrice Piault segundo a qual a edição de livros não beneficia há muito de períodos de forte expansão. “Os editores têm consciência de estar a trabalhar num terreno já bem usado”. Referindo-se fundamentalmente ao grande mercado do livro, citará entre outros exemplos de

³¹ “A unidade europeia resistirá aos separatistas?” Especial, (3): 28-29, fev.1980. São Paulo. Reprodução disponível pelo projeto Flusser Brasil em URL <<http://www.flusserbrasil.com/art78.pdf>>

³² Tavares, Gonçalo M. “Breves Notas Sobre o Livro”. In: Tarefas Infinitas: Quando a Arte e o Livro se Ilimitam. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa: 2012.

estagnação e retração editorial o caso francês: entre 1988 e 1991, enquanto a produção de títulos aumentava 25%, o número de exemplares desce 16%. Se a queda constante da tiragem média no fim dos anos 1980 era já um fenómeno observável, o estudo de Furtado, publicado em 1995, acusava essa direção mas ainda não tinha elementos concretos para avaliar o impacto digital e o advento dos *ebooks*. A cadeia do livro, da oferta à organização da livraria, guardava ainda “rancores face ao audiovisual”. (p.80) O “pior”, como se viu imediatamente depois, estava ainda por vir. Esboçavam-se contudo ameaças ao suporte papel não só pela diversificação das práticas de lazer mas sobretudo pela “diversificação dos meios de conhecimento”. (p.88)

Embora não teça uma análise sobre os editores independentes, Furtado menciona a situação de editores a que chama de “média dimensão”. Ao lembrar o exemplo da espanhola Tusquets, que se filiou à gigante editorial Planeta em 1993, cita as palavras de Beatriz de Moura, fundadora da Tusquets: “É uma associação para um futuro marcado por uma crescente oferta que está a afastar os livros das nossas casas e dos nossos tempos de ócio. (...) O mundo do livro vive uma etapa de conflitos e dificuldades e só os grandes grupos têm força e chaves para resolver este futuro incerto.” Se a primeira parte deste trecho destacado da fala de Moura demonstra que o livro impresso não é necessariamente ameaçado (somente) pelo digital, a segunda parte, entretanto, indica que a editora da Tusquets já não via futuro na edição que não fosse vinculado a um modo estritamente capitalista. Furtado guarda no entanto palavras otimistas aos pequenos editores:

“Os pequenos editores poderão ter armas próprias, como a leveza da estrutura e dos custos fixos, a sua qualidade de relação com os autores e projetos sequenciais que deverão equilibrar com algumas debilidades, ‘designadamente a sua rede comercial e do orçamento promocional, a insuficiência do catálogo’. O seu papel é, e poderá ser ainda mais, decisivo, pois é muitas vezes aqui que se jogam fatores de inovação e de criatividade no setor da edição.” (“O Livro, essa mercadoria”, 1995: p.90)

Algumas interessantes reflexões ou aforismos sobre o livro impresso e as previsões apocalípticas sobre seu fim terão sido coletadas por Ludovico (2008), em sua análise sobre o lugar do impresso no contexto “pós-digital”. Com foco inicial em jornais e magazines periódicos, e na importância do papel como arquivo e memória, Ludovico citará a certa altura Octave Uzanne, para quem a leitura causa fadiga e apatia. Na visão de Uzanne, o autor se torna seu próprio *publisher*: Em 1894, Uzanne e Albert Robida declararam no ensaio *La fin des livres*:

“Books must disappear, or they will ruin us. In the whole world there are eighty to a hundred thousand books published each year, and at a thousand copies each this is more than one

hundred million specimens, of which the majority contain only trash and errors.” (Ludovico, 2012: p. 83):³³

A partir de tais visões catastrofistas, Ludovico lembrará que mais de um século depois, uma retórica surpreendentemente semelhante está sendo usada para promover os livros eletrônicos, desacreditando o impresso como "obsoleto". Entre registros como o manifesto *The Readies*, escrito por Rob Brown em 1930, no qual se vaticinava “Books are antiquated word containers”, ou as palavras de H. G. Wells em 1940, “newspaper medium is dead as mutton”, Ludovico relembra a greve dos jornais de 1945: filas que se estendiam por 17 quarteirões, nas quais se aguardava três horas para comprar um exemplar do New York Sun. (2008: p.22). Previsões e relatos que soam anedóticos para o cidadão de 2017, que mesmo com seu suporte digital conectado às redes sem fio nos centros urbanos do Ocidente, ainda não presenciou o tão anunciado momento em que os impressos desaparecem da paisagem.

O emblemático editor Gallimard dirá ao El País, numa entrevista a Juan Cruz, em 2011, que o problema não é o digital, e sim a gratuidade.³⁴

“No se trata de culpar a Internet sino a la piratería. Gallimard ha entablado procesos judiciales contra servidores de acceso como Orange, para que dejen de alojar sitios en los que la gente sube ilegalmente libros de la editorial. Y hemos conseguido que se cierren esos portales, pero a la vez Orange nos ha atacado en nombre del libre acceso, actualmente lucho por los derechos de la explotación digital y por conseguir una ley que asegure el control de precios del libro digital, tanto para preservar el valor del libro, de la creación y de la edición como para proteger a los librereros y a los escritores”. (Cruz, 2011)

O editor francês, à época presidente do SNE (Sindicato Nacional de Editores), via com bons olhos o formato digital, fosse como uma nova possibilidade de formatos ou para manter vivos tantos livros antigos que já não teriam demanda comercial na forma impressa.

Pensar o impresso como “utopia” em tempos de hegemonia digital é algo questionável por intervenientes da edição independente em Portugal. Em depoimentos fornecidos a este estudo, Tiago Casanova³⁵ dirá que o impresso é seu meio condicionante como fotógrafo. Já Marcos Farrajota (Chili com Carne) nem sequer considera o declínio do interesse pelo impresso uma premissa aceitável. O designer, editor e impressor Luís Alegre diz que exatamente no momento em que se pondera os problemas da materialidade, face ao predomínio do digital, pode ser que surja a chave para sua permanência: “São estes momentos que aparentam ser

³³ Tradução livre: “Os livros devem desaparecer, ou eles nos arruinarão. No mundo inteiro há oitenta a cem mil livros publicados a cada ano, e em mil exemplares, cada um deles é mais de cem milhões de espécimes, dos quais a maioria contém apenas lixo e erros”.

³⁴ Em entrevista a Juan Cruz, «El peligro no es lo digital; es la gratuidade», El País, 27/03/2011, https://elpais.com/diario/2011/03/27/domingo/1301201557_850215.html (consultada a 16.09.2017)

³⁵ Em entrevista ao autor, disponível no Apêndice, p. 146.

fraturantes, de mudança, que levam a que um conjunto de pessoas e instituições, organismos etc, de alguma maneira repensem os modelos do passado, que até agora tem sido estruturantes.”³⁶ Alegre recorre ao exemplo recente – e recorrente – dos discos de vinil: *condenados* pelos novos discos compactos digitais que se tornam comercialmente hegemónicos a partir da década de 1990, chegam a quase desaparecer no início do século XXI. Entretanto, com a decadência do CD consoante à massificação dos downloads (legais e ilegais) de arquivos musicais em formato *mp3* e de serviços pagos de *streaming* como iTunes e Spotify, a partir da segunda década deste século, os discos de vinil ressurgem com boa procura, em edições com qualidade até mesmo superior aos padrões anteriormente disponibilizados pela indústria.

Por fim, a nova configuração do jogo de produção e circulação de informações, com a presença de gigantes como Google, Amazon e Facebook, pode valorizar o registro impresso, diferentemente do que se poderia supor. Cramer³⁷ lembrará que o impresso é um meio não controlado pelos gigantes da Internet, e que afinal o embate entre impresso e eletrónico é uma falsa dicotomia, a nos perseguir desde McLuhan.

2.2. Atores intermediários entre o autor e o leitor: especialidades em crise?

Como lembra Beja (2013), produzir um livro é uma atividade cujas raízes datam há mais de meio milénio e desde sempre reflete dois tipos de complexidade: “a relação entre cultura e negócio; e a sobreposição ou difícil distinção entre os diversos elos da cadeia «*editores – impressores – grossistas / distribuidores – retalhistas / livreiros*».” O contexto em que a produção, o formato e o suporte digital se anunciam hegemónicos traz consigo uma redefinição das atividades mediadoras na produção do livro. Entre o autor e o leitor, temos vários intervenientes mediadores. O contexto digital os redefine, ou mesmo os põe em causa, sob certa perspectiva estritamente mercadológica. As mudanças no trabalho do tipógrafo, do editor, do designer, do impressor, do montador e do distribuidor, funções tradicionais na cadeia produtiva dos impressos, são aqui abordadas a partir da literatura sobre o tema, complementadas por depoimentos de entrevistados.

Não desconsiderando um futuro distópico “tecnofeudal”, em que o mundo fica dividido entre ricos e pobres da informação, Furtado lembrará que essa situação frente aos desafios da integração digital levanta necessariamente sérias questões às chamadas profissões do livro. Embora se reconheça que o aparecimento de um novo meio de comunicação quase nunca

³⁶ Em entrevista ao autor, disponível no Apêndices, p. 128.

³⁷ Florian Cramer, *Afterword* (posfácio a Ludovico, *Post-Digital Print*, p. 163).

elimina os que o precederam, “há que se reconhecer contudo que as transformações de agora são de uma rapidez assombrosa.” (*O Livro, Que Futuro?*, 1995: p.134)

No que concerne aos limites não muito claros entre as profissões compreendidas na produção do livro, Beja entende que “na génese das profissões de editor e livreiro, tal como hoje são entendidas em Portugal, encontra-se um processo complexo e evolutivo, compreendendo profissões conexas (impressor, encadernador, mercador)”. Tais atividades serão por vezes difíceis de separar claramente, desde a elaboração dos primeiros regulamentos régios do exercício profissional.

O designer

O trabalho do designer, com as questões teóricas e práticas que concernem à sua profissão, convive com os dilemas e possibilidades das condições tecnológicas próprias da sua época. Num provocativo manifesto sobre a banalização de algumas atividades relativas ao design editorial, Carson (2016)³⁸ dirá em tom não muito otimista que o design transformou-se numa cultura “do-it yourself”: “Everyone is a photographer these days. Literally everyone. And almost everyone’s a designer. Branding experts are also in overabundance.”³⁹ O que pode ser tomado como uma reação à crise de algumas atividades mediadoras revela-se afinal um apelo à preservação de uma dimensão criativa do artista envolvido numa produção editorial.

Se há uma tendência para a automação e especialização das tarefas relativas ao design, há quem observe uma tendência de complementariedade estética entre as técnicas artesanais que se somam ao processo digital. A comissária Filipa Valladares, da Stet, acredita haver um aspecto da parte digital do design que se mantém e que se torna cada vez mais importante num determinado tipo de livros. “Mas há um outro lado, da tecnologia manual, que eu acho que também está a voltar de alguma maneira. Há um *come-back* de todas essas práticas tradicionais.”⁴⁰ Como exemplos dessa tendência, Valladares cita a Oficina do Cego, o Homem do Saco, a serigrafia Mike Goes West e os novos cursos de curta e longa duração disponíveis em Lisboa e no Porto.⁴¹ Para além dessa rede de serviços complementares, há escritórios de design íntimos da produção independente atual, como por exemplo o Desisto!, de Margarida Borges e Ricardo Martins, e o “veterano” Barbara says..., de António Silveira e Cláudia

³⁸ Carson, David. “Why a bird sings”, In: *Print* 70.3 – fall 2016.

³⁹ Tradução livre: “Todo mundo é um fotógrafo atualmente. Literalmente todo mundo. E quase todo mundo é um designer. Especialistas em *branding* são também superabundantes.”

⁴⁰ Em entrevista ao autor. Apêndice, p. 139.

⁴¹ Este mestrado, *Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas*, é também um exemplo.

Castelo. Este responde pelo projeto gráfico da *Flirt*, uma revista cultural editada pela galeria Zé dos Bois com vinte e sete números publicados entre 1998 e 2001.

O editor

Se a atividade do editor está sujeita a diferentes realidades históricas, como identifica Chartier (1998), sua essência, entretanto, permanece inalterada: “Profissão de natureza intelectual e comercial que visa buscar textos, encontrar autores, ligá-los ao editor, controlar o processo que vai da impressão da obra até sua distribuição.” (Chartier, 1998: p. 50). Afinal, a obra não será jamais a mesma quando apresentada em formas distintas: “carrega, a cada vez, um significado outro” (p. 70-71). Lourenço (2004)⁴² fornecerá uma breve análise sobre a natureza das tarefas do editor tradicional antes e depois do advento do *ebook*. A autora brasileira analisa as tarefas intermediárias entre o autor e o leitor, problematizando-as no contexto dos *ebooks*. Ela sugere que atividades essenciais anteriormente atribuídas ao editor foram transferidas para o autor, no que Farbiarz, citado por ela, chamou de “transferência de competências”. Bárbara Bulhosa⁴³, da Tinta da China, é taxativa na recusa dos *ebooks*: “A Tinta da China não vai fazer *ebooks*. É uma decisão que foi tomada há uns anos e eu continuo a acreditar nela.” A razão da recusa é o controle da edição. Bulhosa acredita que, se imprime 2000 exemplares de um livro, sabe que só existem esses dois mil exemplares no mercado. Com um *ebook*, deixaria de ter qualquer controle sobre o trabalho, tendo em conta a facilidade que existe atualmente de piratear os formatos digitais. A consequência seria danosa para os colaboradores e para os direitos de autor que, no entender de Bulhosa, devem ser naturalmente honrados.

O tipógrafo

O trabalho clássico do tipógrafo terá sido o que mais sofreu mudanças na era digital. Se é observável ao senso comum a percepção de que hoje se recorre a tipos digitais na composição dos lay-outs, em vez dos tipos móveis que foram o padrão da indústria ao longo do século XX, também não se ignora o diferencial da tipografia de caracteres móveis num projeto. Luís Henriques⁴⁴ lembra que algumas das transformações mais radicais desses ofícios ocorreram no século XIX, e que entre o compositor manual e o linotipista há uma grande diferença, por exemplo. Outras ocorreram no século XX, com as alterações que conduziram ao predomínio do

⁴² Lourenço, Mariana Simões. “Edição Digital: aspectos e perspectivas da produção de eBooks no Brasil”.

⁴³ Em entrevista ao autor.

⁴⁴ Ilustrador, gravurista e integrante do atelier de tipografia e edições O Homem do Saco. Entrevista por e-mail ao autor.

off-set e da informatização: “O processo de transformação ocorre há tanto tempo que é quase uma parte íntima desses ofícios.” O livro, o jornal, as revistas, etc., seriam exemplos, segundo este ilustrador cotidianamente ligado à serigrafia e ao *letterpress*, paradigmáticos da mercadoria industrial. Afirma-se em posição antagónica a este propósito de aceleração e à massificação, portanto:

“Naturalmente, o que nós fazemos vai em sentido contrário, quando recuperamos aspectos de fases mais arcaicas, mais próximos de um fazer de artesanato. Contudo, não conheço quase nenhum praticante da pequena edição que tenha efetivamente a formação e a perspectiva de trabalho de um tipógrafo mais velho. Uma pequena oficina de tipografia tradicional, que faz regularmente cartões de visita e faturas, ou alguns cartazes de festas ocasionais, é muito diferente de um atelier urbano que recupera material tipográfico para explorar as “materialidades” e as “mais-valias do objeto singular”, em edições mais ou menos exóticas, mais ou menos experimentais (ou algo do género).”⁴⁵

O impressor

O desenvolvimento de softwares de captação e tratamento de imagens como o Adobe Photoshop e também de editoração como o Aldus PageMaker e o QuarkXPress introduzem grandes inovações no segmento seguinte da cadeia de produção, em que se procura saltar etapas na produção tipográfica, evitando a passagem pela película. Furtado (1995) registra que àquela altura, os novos sistemas de impressão, originalmente chamados computer-to-plate (CTP) permitiam ao editor seguir uma estratégia diversificada, que já utilizava o sistema de ficheiros que, enviados à impressora, podiam sair em película e transportada a chapa para impressão offset convencional ou serem tratados em máquinas eletrónicas de impressão direta. A impressão litográfica digital, surgida na mesma época, permitiu imprimir diretamente a partir de computador tiragens médias de alta qualidade, sem utilizar películas⁴⁶ nem chapas, mas matrizes renováveis. Foram inovações importantes que permitiram, segundo Furtado, que a indústria da edição deixasse de estar limitada pelo imperativo de imprimir mais exemplares que os necessários, a que acresciam custos de distribuição e armazenamento.

Farrajota, não sendo propriamente um designer, entretanto observa ao longo de vinte anos de produção gráfica mudanças que facilitaram a pré-impressão, tais como o arquivo PDF. Mas um trabalho mais elaborado, como o aparentemente simples tingimento de vermelho da borda exterior das páginas de “A” *maiúsculo com círculo à volta*⁴⁷, continua a exigir o que chama de “man power”: “as máquinas não conseguem fazer certo tipo de coisas”.⁴⁸

⁴⁵ Henriques, em entrevista ao autor. Disponível nos Apêndices, p. 152.

⁴⁶ No Brasil, chamadas de “fotolito”.

⁴⁷ Livro de Rui Almeida Paes lançado em 2013 na coleção THISCOvery CCChannel.

⁴⁸ Em entrevista ao autor.

O montador

Ao contrário do que se poderia supor, observa-se uma retomada do trabalho dos encadernadores. Atividade com baixa procura no início do século, tem se mostrado, segundo editores como Luís Alegre⁴⁹, revalorizada com o aumento das edições de livros de artista ou autoedição nos últimos anos em Lisboa: “Posso revelar o meu caso: passei a dar trabalho a encadernadores e a um conjunto de outras entidades que estavam condenados a desaparecer porque só havia um ou outro cliente a pedir encadernação de livros.” Além de encadernadores tradicionais no Bairro Alto, como Ilídio António, Carlos Guerreiro (Malta & C^a) e Vasco Antunes (Traça Pombalina), Lisboa viu surgir, para além de gráficas com equipamento digital, nomes especializados nessa função tais como a Casa d’Amendoeira, das irmãs Carla e Sofia Barata, focada em encadernação artesanal e álbuns personalizados, além de cursos eventuais de encadernação clássica organizados por instituições como o Museu do Oriente, o atelier Volta na LX Factory ou a Casa Nic & Inês⁵⁰.

O ofício de encadernador, segundo o mestre Carlos Guerreiro, está em vias de desaparecer em Portugal.⁵¹ “A frequência de workshops não é suficiente, é preciso tempo e, idealmente, trabalhar com um mestre durante vários anos.” Além da encadernação, Guerreiro, com seu ateliê aberto desde 1980 no Bairro Alto, trabalha nas áreas de conservação e restauro, douração de balancê e manual. Fez ele próprio o mobiliário e as ferramentas de trabalho, que incluem a guilhotina, cisalha, prensa, balancê, ferramentas de encadernação e douração. Também no Bairro Alto desde 1980, Ilídio António aprendeu o ofício aos 13 anos na ARDEM (Associação para a Recuperação dos Deficientes da Mobilidade), uma escola-oficina em Alfama. A desenvoltura do trabalho de António é notável, pelo fato de trabalhar apenas com uma das mãos. Juntamente com Vasco Antunes, Guerreiro e António são exemplos remanescentes de uma atividade que tradicionalmente concentra livreiros e antiquários na região do Bairro Alto.

O distribuidor

A entrada de grandes operadores no mercado livreiro vai mudar radicalmente a forma de distribuição de livros em Portugal. Beja (2013) aponta três momentos que impactaram o comércio de livreiro no país: os hipermercados em 1985, as Bertrand em 1993 e a chegada da Fnac em 1999. Se trouxe ganhos a editores, por outro lado os distribuidores e os livreiros ficaram do lado dos perdedores absolutos, sem qualquer ‘margem de manobra’.

⁴⁹ Em entrevista ao autor.

⁵⁰ Inês Costa Almeida e Nicholas Carvalho ministram oficinas e cursos abertos de encadernação de diversos estilos em seu atelier no bairro de Estefânia.

⁵¹ Apresentação de Carlos Guerreiro disponível em URL www.redearteseoficios.pt/pt/oficinas/carlos-guerreiro_29

Essa visão é partilhada, em outros termos, por Eduardo de Sousa, da Letra Livre. Para ele, a crise séria das livrarias e das editoras surgiria “no apogeu das vacas gordas da CEE”, quando grupos de media, banqueiros e afins começam a adquirir livrarias e editoras: “Uma frenética atividade empresarial que o comum dos leitores até hoje não consegue perceber”. (Sousa, 2015: p. 8). Entre visões otimistas que vêem o livro impresso e a edição eletrónica a coexistirem pacificamente, e visões catastrofistas que colocam o livro impresso numa “posição de resistência” face ao perigo eletrónico, ou aferroado a monopólios, o que parece indiscutível, segundo Furtado, é que o livro impresso está ligado à modernidade e que sua importância coincide com a Revolução Industrial. (p.135) “Para muitos autores, encontramos-nos já numa sociedade pós-industrial que se organiza em torno da informação e do conhecimento”. A conclusão a tirar, segundo Furtado, é que “qualquer perspectiva passa por admitirmos esta mudança civilizacional e nela enquadrarmos o problema do livro” (p. 136). O que nos levará, num nível mais aprofundado, a refletir sobre a própria função da escrita, para além de seus suportes.

2.3. O mercado gráfico e editorial português: dados sobre concentração, distribuição e legislação

O ano de 1995 marca o aparecimento da primeira livraria *online*, a Amazon. Entra-se numa nova era comercial do livro. Independentemente da presença das livrarias virtuais e da venda dos ebooks, o mercado português já havia sido fortemente impactado pela presença dos hipermercados e das grandes redes como Bertrand e FNAC no tradicional comércio livreiro. Depois da entrada dos hipermercados na distribuição de livros, o que em si provoca alto impacto no mercado livreiro, um segundo passo para concentração livreira vem com a Bertrand, que sofre um colapso financeiro em 1993 e é adquirida por uma sociedade com sede em Luxemburgo. Beja (2013) relata que os novos donos procedem à remodelação do negócio e investem na ampliação da rede de lojas, que chegam a 48 livrarias em 2006. Neste momento pertence ao Direct Group Bertelsmann – Portugal, o que para este autor prenuncia uma tendência para a concentração editorial e o regresso à verticalização do negócio⁵². Com efeito, o grupo Porto Editora compra a rede Bertrand em 2010. A entrada da FNAC em 1998, no Centro Comercial Colombo, abre a terceira frente de concentração livreira, segundo este autor, que

⁵² Beja observa que nos primórdios do livro impresso, os actuais elos da cadeia de negócio editorial, «editores – impressores – grossistas / distribuidores – retalhistas / livreiros», concentravam-se maioritariamente na mesma entidade.

também vê como a primeira “convulsão” na estrutura tradicional da cadeia da distribuição do livro a falência, em 2001, da maior distribuidora portuguesa: a Diglivro/Transdig.

A partir de então, o distribuidor perde relevância na estrutura de custos. Nesse contexto, Beja considera de alta relevância para pequenos e médios editores e livreiros a publicação do Decreto-Lei n.º 176/96, de 21 de Setembro, a chamada «Lei do Preço Fixo». Inspirada na francesa «Lei Lang», veio introduzir instrumentos reguladores do mercado. Entre outras conclusões sobre os efeitos desta lei em prol da edição independente, Beja cita a avaliação de Nuno Seabra Lopes⁵³, que vê na Lei do Preço Fixo um mecanismo que permitiu a algumas editoras se manterem em funcionamento sem gestão estratégica, lançando para o mercado obras de alto valor cultural.

Volume do mercado atual em euros

Reconhecendo não haver fontes fiáveis sobre as cifras envolvendo os negócios dos grandes grupos editoriais, Beja estima em cerca de 150 milhões de euros o volume de negócios da Porto Editora (incluindo o grupo Bertrand Círculo), seguido do grupo Leya, com mais de 90 milhões, e do grupo Babel, “a uma distância considerável”. Segundo dados de 2013 contidos no estudo *Dectores Portugal*, publicado pela Informa D&B, com repercussão no noticiário português⁵⁴, o setor nacional dos livros faturou cerca de 310 milhões de euros naquele ano, o que representava então queda de 4,6% em relação a 2012. No mesmo período, a produção de livros também caíra para 324 milhões de euros (queda de 4,7%). Segundo o texto, o setor da indústria editorial em Portugal englobava cerca de 460 empresas e empregava cerca de 2600 trabalhadores, e nos últimos anos o número de editoras e de trabalhadores havia mantido tendência de redução. A mesma consultoria disponibiliza no ano seguinte um novo estudo, a apontar queda de 20% nas vendas desde 2008: “Desde o máximo de 370 milhões de euros, registrados em 2008, o mercado nacional de livros acumula uma quebra de perto de 20%”, diz o texto da publicação online *Meios & Publicidade* de 24 de março de 2015⁵⁵, que aponta ainda queda do número de empresas para 435 e do número de trabalhadores para 2400. O relatório da Informa D&B menciona também o volume de exportações de livros, que desceram 8,2% em 2014, situando-se nos 45 milhões de euros. Os principais mercados de destino dos livros

⁵³ cf. Lopes, 2007: 10.01 e 17.01.

⁵⁴ Em matéria de Paula Britto, publicada em 3/3/2014 no *Dinheiro Vivo*.

⁵⁵ Monteiro, A. C. “Indústria editorial portuguesa acumula queda de 20% desde 2008”. In: *Meios e Publicidade*. [Consultado em 17/9/2017] Disponível em <http://www.meiosepublicidade.pt/2015/03/industria-editorial-portuguesa-acumula-quebra-de-20-nas-vendas-desde-2008/>

portugueses eram então Angola e Moçambique, com participações sobre o valor total das exportações de 37% e 15%, respectivamente.

Apesar do viés de queda no volume geral de vendas, o livro não é um negócio em crise, na visão de Beja: “antes é um produto disputado por grandes grupos internacionais, pela dimensão que foi ganhando, pelas margens que propiciava e pelo prestígio que aportava.” No entanto, o cenário não será tão simples para os investidores pouco familiarizados ao mundo da edição:

“A relação com os autores, a segmentação dos consumidores e a avaliação do potencial de venda dos produtos seguem princípios muito próprios que não podem ser descurados. Os autores, mais do que fidelidade a uma casa editorial, cultivam a relação com o «seu» editor. Cada livro é um produto autónomo, o que privilegia a intuição do editor face às técnicas de análise do mercado.” (Beja, 2013:p. 62)

A legislação portuguesa

Do ponto de vista legal, os editores independentes também estão sujeitos à Lei do Preço Fixo e ao Depósito Legal. Atualmente, a Lei do Preço Fixo vigente em Portugal⁵⁶ isenta da obrigação de venda a preço fixo os manuais escolares e livros auxiliares dos ensinos básico e secundário; os livros usados e de bibliófilo (categoria em que podem ser incluídos os livros de artista e outras publicações independentes, ressalvados 18 meses sobre a data da sua publicação); os livros esgotados e descatalogados; e as subscrições em fase de pré-publicação. O preço de venda ao público do livro, praticado pelos retalhistas, deve situar-se entre 90% e 100% do preço fixado pelo editor ou importador (Artigo 4º, nº 1), sendo permitido descontos superiores a 10% sobre livros editados ou importados há mais de 18 meses (artigo 4º, nº 2); ou no decurso de feiras, festas ou mercados do livro, eventos que devem por sua vez se limitar a um máximo de 25 dias ao ano. A fiscalização do cumprimento das disposições da Lei do Preço Fixo do Livro compete à Inspeção-Geral das Atividades Culturais (IGAC).

O Depósito Legal⁵⁷, administrado pela Biblioteca Nacional de Portugal, é obrigatório para obras impressas ou publicadas em qualquer ponto do país, seja qual for o método de reprodução. O editor deve depositar 11 exemplares de cada publicação, exceto no caso de edições até 100 exemplares, edições de luxo até 300 exemplares, teses e equivalentes, além de reimpressões de obras publicadas há menos de um ano, de que apenas se exige um exemplar.

Neste capítulo apresentou-se um breve percurso histórico sobre o impacto do impresso na civilização, suas muito anunciadas crises e insistentes permanências. No segundo tópico, ofereceu-se uma reflexão sobre os elos da tradicional cadeia do produtiva do impresso frente às

⁵⁶ Decreto-Lei nº 176/96, de 21-09 alterado pelo Decreto-Lei nº 216/2000, de 2-09 e Decreto-Lei nº 196/2015, de 16-09.

⁵⁷ regulado pelo Decreto nº 19/952 de 27 de Junho de 1931, e alterado pelo Decreto-lei nº 72/82.

mudanças trazidas pelo digital. Por fim, no último tópico, situou-se a edição portuguesa no contexto de concentração da distribuição do livro, bem como aspectos sobre a legislação visando equilibrar o setor livreiro.

Capítulo 3. Panorama da edição independente em Portugal

O terceiro capítulo concentra-se no panorama contemporâneo da edição independente portuguesa. Está dividido em duas partes. Na primeira delas, “Antes do digital: o legado da edição independente”, propõe-se um percurso histórico a partir de marcos iniciais do livro de artista e da auto-edição portuguesa: a publicação de Amadeo de Souza-Cardoso e seu “A Lenda de São Julião Hospitaleiro”⁵⁸ em 1912, e a revista *Orpheu* em 1915. Dá-se maior ênfase ao momento em que se estabelece a revista *KWY* de Lourdes Castro e René Bértholo, ao que se seguem as autoedições da poesia concreta nas décadas de 1950 e 1960, nomeadamente o movimento que ficou conhecido como Po.Ex. Paralelamente às experiências editoriais conectadas com as vanguardas artísticas, apresenta-se também um breve resumo de editoras de médio porte, com catálogo de interesse geral, que se estabeleceram no país ao longo do século XX. Esta primeira parte propõe uma introdução historicista sobre a edição independente, focando em alguns de seus exemplos de maior fulgor. Contempla também, a modo de ilustração, o experimento e o legado de editores como Vitor Silva Tavares, responsável pelo magazine literário que viria a se tornar a editora “& etc” em 1974 e que duraria até sua morte em 2015; e Fernando Ribeiro de Mello, jovem e ousado editor da Afrodite, projeto editorial que enfrentou a censura nos últimos anos do Estado Novo e, talvez caso único no livro português, foi levado aos tribunais por sua atividade.

A segunda parte, focada nos atores contemporâneos e suas estratégias, divide-se em dois subcapítulos que tratarão dos autores, editores, designers e impressores que compõem o “small press” português. Esta secção parte de dados disponíveis ao estudo deste tema, como os projeto *Tipo.pt* e os anuários *Portuguese Small Press Yearbook*, ao que se somam um panorama de editores, livreiros, prestadores de serviços gráficos e os mais expressivos encontros e feiras que movimentam a produção e distribuição de publicações alternativas em Portugal nestes primeiros anos do século XXI.

O capítulo está assim estruturado:

3.1. Antes do digital: o legado da edição independente.

3.1.1 De Amadeo Cardoso à Po.Ex: livros de artista e auto-edição portuguesa em sintonia com as vanguardas

3.1.2 Antes das fusões: editoras independentes de médio porte

⁵⁸ *La Légende de Saint Julien L'Hospitaleire*, no original.

3.1.3 Um editor contra Salazar: Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite

3.1.4 Vitor Silva Tavares e a & etc: editor paralelo e subterrâneo nos “verdes anos”

3.2. Os intervenientes contemporâneos e suas estratégias

3.2.1 O *small press* português

3.2.2 Circuitos de distribuição alternativos: pontos de venda fixos e feiras

3.1. Antes do digital: o legado da produção independente

3.1.1. De Amadeo de Souza-Cardoso à poesia concreta: livros de artista e auto-edição portuguesa em sintonia com as vanguardas

“Sim, também eu tenho apenas uma coisa a dizer, uma coisa simples e pequena, um quase nada.”

Ana Hatherly, Sigma, 1965

Se serão os livros de artista a arte essencial do século XX, como advoga Drucker (2006), este pequeno país ibérico guardará contribuições insuspeitas e notáveis. Considerando que o primeiro livro de artista das vanguardas europeias – *La prose du Transsibérien et la petit Jehanne de France*, de Sonia Delaunay em colaboração com Frédéric-Louis Sauser (Blaise Cendrars) – terá sido publicado em Paris em 1913, e que Marinetti, identificado como fundador do Futurismo italiano, começa a editar suas publicações em 1914, Romana⁵⁹ reivindica para o português Amadeo de Souza-Cardoso um caráter não só de sintonia com essas vanguardas, mas também como pioneiro do livro como suporte de uma obra de arte. De facto, Souza-Cardoso em 1912 realiza em Paris, onde vivia na altura, *XX Dessins* e *La Légende de Saint Julien L’Hospitalier* (A Lenda de São Julião Hospitaleiro), álbum de exemplar único realizado a partir do original que Gustav Flaubert escrevera em 1877.

⁵⁹ Livros de Artista em Portugal (1912-2012) In: *Da Impressão ao Livro de Artista: Encontro sobre o Livro de Artista e Contextos da Edição*. Universidade do Porto, 2014



FIGURA 8. Páginas de *La Légende de Saint Julien L'Hospitalier*, Amadeo Souza-Cardoso, Paris, 1912.

Em 1915 é lançada em Lisboa a lendária *Orpheu*, editada por Antonio Ferro. O fascículo 1, de janeiro de 1915, tem como colaboradores Luiz de Montalvor, Mário de Sá-Carneiro, Ronald de Carvalho, Fernando Pessoa, Alfredo Pedro Guisado, José de Almada-Negreiros, Côrtes-Rodrigues e Alvaro de Campos. O segundo fascículo, lançado três meses depois, contará com Angelo de Lima, Mário de Sá-Carneiro, Eduardo Guimaraens, Raul Leal, Violante de Cysneiros (pseudónimo de Côrtes-Rodrigues), Alvaro de Campos, Luiz de Montalvor e Fernando Pessoa. O terceiro número de *Orpheu* chega a ter provas impressas, apesar do trágico fim de Sá-Carneiro em Paris. Muitas vezes adiado, o número 3 por fim não será lançado. Mas as duas edições de *Orpheu* marcam o início do modernismo português e a cena literária da Lisboa de 1915. Pessoa registra, em correspondência com Côrtes-Rodrigues, o impacto causado por aquela primeira edição.⁶⁰

"Ontem deitei no correio um *Orpheu* para si. Foi só um porque podemos dispor de muito poucos. Deve esgotar-se rapidamente a edição. Foi um triunfo absoluto. (...). Naturalmente temos que fazer segunda edição. Somos o assunto do dia em Lisboa; sem exagero lho digo. O escândalo é enorme. Somos apontados na rua, e toda a gente – mesmo extra literária – fala no *Orpheu*. Há grandes projectos. Tudo na mala seguinte. O escândalo maior tem sido causado pelo 16 do Sá-Carneiro e a Ode Triunfal." (Pessoa, Correspondência 1905-1922, p. 161)

⁶⁰ Fernando Pessoa, *Correspondência 1905-1922*, Lisboa, Assírio & Alvim, 1999, p. 161



FIGURA 9. Capas dos dois primeiros fascículos de *Orpheu*.

Biblioteca Nacional de Portugal

A continuidade do projeto é parcialmente comprometida com o suicídio de Sá-Carneiro, então com 25 anos, cujo pai era, a contragosto⁶¹, financiador da impressão. Dois anos depois de *Orpheu*, Lisboa conhecerá pelas mãos de Souza-Cardoso, Guilherme de Santa-Rita (Santa-Rita Pintor) e Almada Negreiros uma outra fugaz reivindicação de vanguarda artística: *Portugal Futurista*, revista de exemplar único.



FIGURA 10. Capa de Portugal Futurista, 1917.

Biblioteca Nacional de Portugal.

⁶¹ Como registrado por Sá-Carneiro em correspondência a Pessoa, em *Cartas de Mário de Sá-Carneiro a Fernando Pessoa*. Lisboa, Assírio & Alvim, 2001, p. 209

Romana (2012)⁶², que fará a revisão historiográfica dos livros de artista e da auto-edição em Portugal⁶³, cobrindo o período de 1912 a 2012, identifica depois do pioneirismo de Souza-Cardoso e dos primeiros movimentos modernistas um segundo momento marcante da história do livro de artista português. Este será marcado pelas revistas do coletivo *KWY*, lançadas entre 1958 e 1967, editadas por Lourdes Castro e seu companheiro René Bértholo. Tanto Romana como Drucker (2015) lembrarão o sentido de ausência simbolizado pelas três letras: “Este grupo toma ao nome de *KWY* por estas serem as letras que na época não existiam no alfabeto português e serviam de iniciais para: *ká wamos yndo*, humor e ironia como resposta de artistas que optam por sair de Portugal em plena ditadura.” (Romana, 2012: p. 131) Drucker comenta que esta revista de serigrafias surge a partir do contato dos editores com figuras de relevo da arte conceitual, como Robert Filliou e Jan Voss.



FIGURA 11. Capa da primeira edição de KWY.

Disp: <https://pt.wikipedia.org/wiki/KWY>

⁶² Romana, Ana João. “Livros de Artista em Portugal 1912-2012”. In: *Da Impressão ao Livro de Artista – Encontro sobre o livro de artista e contextos da edição*. Universidade do Porto, 2012. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/86615>

⁶³ Orpheu e Portugal Futurista são projetos colaborativos que se aproximam do conceito de *self-publishing*, que muitas vezes está por trás dos livros de artista.

Enquanto os *KWY* vão publicando a sua revista, observa-se que a nível internacional está-se a começar a definir o termo Livro de Artista: “A partir da década de 60, esta disciplina artística caracteriza-se pela democratização do livro como obra de arte. Isto deve-se à acessibilidade dos meios de impressão, juntamente com a vontade de ultrapassar os limites da galeria de arte, o que leva ao desenvolvimento do Livro de Artista como categoria artística autónoma.” (Romana, 2012: p.131) Em Portugal se observa neste período, por exemplo, o lançamento dos dois números da revista de poesia OPERAÇÃO na Galeria-Livraria Quadrante em abril de 1967. Editada por Ana Hatherly e E. M. de Melo e Castro, é descrita por Hatherly, em entrevista ao *Diário Popular*, como uma obra e uma acção de rigorosa vanguarda, “entendendo-se este termo como estando descarregado dos conteúdos românticos e emocionais com que vulgarmente é adornado, porque só o estudo e o conhecimento aprofundado da linguagem podem assegurar ao Poeta a potencialidade criadora no mundo em devir.” (Hatherly, 1981, p: 66)

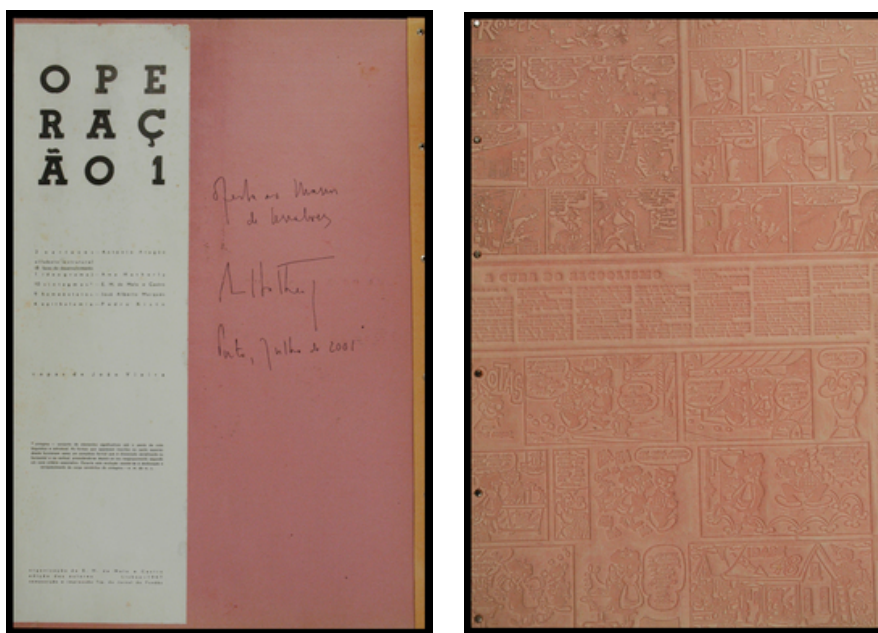


FIGURA 12. Capa e contracapa da Operação 1, de Ana Hatherly e E. M. de Melo e Castro.

Arquivo digital da Po.Ex. <https://po-ex.net/taxonomia/materialidades/planograficas/ana-hatherly-operacao-1-alfabeto-estrutural> [consult. 17/9/17]

O terceiro momento delineado por Romana seria o momento atual, sem desconsiderar os antecedentes: nos anos 1970 são editados alguns livros de artista pela Galeria 111 e nos anos 1980/90 pela Galeria Diferença, edições majoritariamente ligadas à poesia visual. Este momento caracteriza-se, segundo a pesquisadora, por um incremento da prática artística mas uma ausência de teoria: “Assistimos a um crescimento vital e variado por parte de uma geração

nova de artistas, colecionadores, editores, livreiros e docentes. Por outro lado esta categoria artística continua a ser desconhecida do público português.” (p. 132). De facto, embora fossem produzidos em Portugal desde a década de 1950, a primeira exposição de livros de artista, assim identificados, só viria a ser realizada em Portugal em 1983, na Galeria Diferença. Esses três momentos da história do livro de artista em Portugal fornecem elementos para se observar que, mesmo diante de uma ausência crítica, há artistas que nos anos 1910 e 1950 estavam a par dos pioneiros do livro de artista a nível internacional.

“Amadeo de Souza-Cardoso [estava] a par com Sonia Delaunay ou Marinetti. Os KWY [estavam] a par com as primeiras edições de Dieter Roth ou Ed Ruscha. A actividade de ambos – Amadeo e KWY parte de Paris, o que também é revelador da importância que teve o sair de Portugal e o desenvolver trabalho no contexto artístico mais efervescente da época. Destes cem anos de publicações de livros de artistas portugueses, atualmente vive-se o momento mais intenso, por parte de artistas, colecionadores, editores, livreiros e de um público que se está a conquistar.” (Romana, 2012: p. 136)

Comentando a obra de Lourdes Castro, Drucker relembra que no final da década de 1950, quando a artista portuguesa começou a fazer livros, a ideia de um artista fazer livros como obra de arte era inusitada: “Os tipógrafos e os editores faziam livros. Os artistas podiam ter um catálogo de exposição ou publicar obras num jornal ou numa revista. (...) Mas criar um livro como uma obra de arte original?” (2015: p.137) Curador da sua obra para uma exposição na Fundação Calouste Gulbenkian, Paulo Pires do Vale vê na obra de Lourdes a confirmação de que o livro de artista tanto pode ser um livro único, como um livro com uma tiragem de setenta exemplares, como acontece com o *Ombreportée orangefluo* (Ed. Tosi), ou alcançar uma tiragem de mil, como o *Par suite* (Daily-Bul). Na sua opinião, “O que define o livro de artista é ser uma obra de arte que utiliza o suporte livro, não o seu modo de realização, a quantidade ou a assinatura.” (2015: p.127) Nesse sentido, aponta uma direção conceitual distinta de outros autores que veem os múltiplos como uma condição.



FIGURA 13. Um livro de Cozinha, Lourdes Castro. Paris, 1961. Público, DR

3.1.2. Antes das fusões: editoras independentes de média dimensão

Paralelamente aos experimentos ligados às vanguardas artísticas, diversos editores de média dimensão se estruturaram ao longo do século XX, visando se estabelecer de forma autónoma. Utilizando-se o levantamento histórico de Beja (2011)⁶⁴, deve-se mencionar editoras que tiveram papel destacado no período anterior às grandes fusões editoriais iniciadas na década de 1980 e à produção e distribuição digital a partir dos anos 90. São expoentes a Portugália Editora, fundada por Agostinho Fernandes em 1942; a Ulisseia Editora, fundada por Joaquim Figueiredo de Magalhães em 1948 e assumida por Abel Pereira da Fonseca em 1961; a Editorial Estúdios Cor, fundada por Fernando Canhão e Manuel Correia em 1949; a Contraponto, fundada pelo escritor Luiz Pacheco em 1950; ASA, fundada no Porto por Américo da Silva Areal em 1951; a Livros Horizonte, fundada por Rogério de Moura em 1953; Arcádia, fundada por Cruz Barreto em 1957; Editorial Verbo, fundada por Fernando Guedes em 1958; Editorial Presença, fundada por Francisco Espadinha e pelo livreiro António Barata em 1960; Editorial Estampa, fundada por António Carlos Manso Pinheiro em 1960; e a Publicações D. Quixote, fundada em Lisboa pela condessa dinamarquesa Snu Abecassis em 1965.

A Civilização Editora, fundada em 1881 no Porto, revela-se, possivelmente, o mais bem sucedido exemplo de editora independente portuguesa: gerida pelo bisneto de seu fundador, o tipógrafo João Fraga Lamares, a editora que resistiu à integração num grande grupo editorial ou num grupo acionista mantém-se ativa devido a uma boa gestão familiar. Beja não analisa o

⁶⁴ Ligado ao Círculo de Leitores, Rui Beja é autor da dissertação *A Edição em Portugal (1970–2010): Percursos e Perspectivas*, pela Universidade de Aveiro, 2011.

mérito nem o teor político dos catálogos dessas editoras, embora comente, no caso da Ulisseia, o gesto magnânimo do fundador Joaquim Figueiredo de Magalhães: bem situado entre os jesuítas, a censura do regime e os comunistas, oferecia trabalhos de tradução a presos políticos sob o precioso argumento de que era preferível que trabalhassem do que conspirassem.⁶⁵

Os estertores do Estado Novo propiciam um *boom* de editores a partir dos anos 1970. Entre 1970 e 2010, estima-se que tenham sido fundadas mais de cem editoras⁶⁶. Com perfil mais independente e de média dimensão, devem ser destacadas Assírio e Alvim (1972), Editorial Caminho (1973), Editorial Teorema (1975), Texto Editora (1977), Gradiva Publicações (1981), Relógio D'água (1983), Girassol Edições (1994), Editorial Pergaminho 1997, Oficina do Livro (1999) e Tinta da China (2005), às quais se poderia acrescentar Abysmo e 7 Nós. Em meio às alterações do mercado causadas pela presença de grandes cadeias de distribuição, em consonância com o fenómeno das plataformas e formatos digitais, alguns editores se mostrarão pessimistas. Na viragem do milénio, o editor Francisco Vale, da Relógio D'água, aponta um horizonte de incertezas para a atividade:

“Editar surge como uma profissão de risco neste início de século, quando se ignora ainda onde vão ficar as fronteiras do livro tipográfico passada esta segunda fase do digital. Cada vez mais a razão de ser de um editor está na sua capacidade de escolha, de ir construindo um catálogo de referência que atraia os autores e inspire confiança aos leitores. O resto é a agilidade de uma estrutura, o financiamento, a qualidade das traduções e revisões, o grafismo, a paginação e a promoção.”⁶⁷

E terá havido algum momento na história dos livros em que editá-los não tenha sido uma aposta de risco? Os próximos tópicos ilustram casos de editores durante o Estado Novo e os “verdes anos” que se seguiram à Revolução dos Cravos, tendo um deles, Vitor da Silva Tavares, conduzido seu projeto por 40 anos.

3.1.3. Um editor contra Salazar: Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite

“No cinzentismo geral, ele tinha alacridade... Há certas pessoas que animam uma cidade, a cidade fica mais rica por causa delas. Rapidamente compõem a panóplia dos mitos urbanos, os pequenos mitos urbanos.”

Vitor Silva Tavares, sobre Fernando Ribeiro de Mello

⁶⁵ Beja, 2011, p. 18.

⁶⁶ *Idem*, p. 24.

⁶⁷ Este trecho de Vale é citado por Beja (p. 26). Aqui é reproduzido por ilustrar as questões de um editor independente médio no início do Século XXI.

A dinâmica da edição portuguesa durante o Estado Novo é descrita por Medeiros (2010) num contexto de “fraca alfabetização, de hipertrofia na produção e distribuição do livro, da frágil e intermitente rede de cobertura livreira”⁶⁸ a que se somam dispositivos de Estados repressivos e censórios sobre a circulação das ideias. Para já, nesta investigação, foca-se na trajetória de dois desses muitos editores que lançaram voo em meio às nuvens escuras de tempos autoritários, de modo a fazer chegar ao leitor português as obras em que acreditavam. Além de Vitor Silva Tavares e sua & etc, de quem se falará no próximo tópico, opta-se aqui por analisar Fernando Ribeiro de Mello e sua aventura editorial chamada Afrodite. Como defende Marques (2015), neste que terá sido um primeiro estudo inteiramente dedicado ao assunto, há por ora uma ausência de estudos dedicados à memória de Ribeiro de Mello, razão pela qual iniciara em 2012 o trabalho que três anos depois se materializaria no graficamente exuberante “Editor Contra: Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite”, pelo seu nascente (e independente) selo Montag.

Inicialmente descrito como “um boneco pitoresco na memória vagamente cultural da capital das décadas de 1960 e 1970”, ou “o tipo que se meteu numa banheira para apresentar uns livros”, Ribeiro de Mello é ali redescoberto em sua dimensão humana, personagem de um tempo, segundo Marques, “ cada vez mais distante em que os livros em Portugal eram feitos por gente apaixonada, que lutava contra coisas bem mais graves do que um ‘mercado’ adverso”. (2015: p.9). Na apresentação da biografia editorial do *dandy* que seria eventualmente chamado “Dali português”, Marques fará a elegia de um valente combatente esquecido:

“Em anos de consensos corporativos forçados, de realpolitik cultural, de muita mesura e, sobretudo, de imenso receio de risco editorial, a figura de Ribeiro de Mello é hoje, ao mesmo tempo, a de um bizarro e castiço representante de uma época em que os cafés, as “tertúlias” e os “salões” de Lisboa eram arenas de combate, palcos de vaidades e locais de afincada preparação de livros e revistas, e a de um injustamente esquecido lutador por algo que vai rareando: a liberdade de estar contra, de estar à margem.” (Marques: p. 10)

De início, Marques nota que o trabalho de Ribeiro de Mello como editor personifica uma certa forma de fazer e lutar pelos livros, atitudes que as circunstâncias sociais e históricas definem e explicam, e que também as tornam – infelizmente segundo o biógrafo – irrepetíveis. Marques registra os círculos de cafés frequentados pelos intelectuais da época, nem sempre amistosos entre si, mas unidos em torno do ódio ao Estado Novo. “Salazar unia os intelectuais.” (p. 23). Aníbal Fernandes, responsável como organizador e tradutor pelos *volumes Antologia do Conto Abominável* (1969) e *De Fora para Dentro* (1973), e colaborador da tradução e

⁶⁸ Medeiros, N. 2010.

Antologia do Humor Negro de André Breton (1973), atesta que Fernando Ribeiro de Mello “é um caso de extraordinária e solitária audácia nos mais difíceis tempos do movimento editorial português.”⁶⁹. Testemunha da ação da censura na rotina das editoras, Fernandes relata editoras mártires e com uma “audácia de liberdade europeia”, citando como exemplos Arcádia e Ulisseia. Cita editoras amigas do regime, nomeadamente a Verbo, e acusa um lápis “suavizador”⁷⁰ de casas como a Livros do Brasil, que amaciava os textos antes de os passarem à tipografia, adequando-os aos humores do regime, num típico caso de censura interna. Fernandes relata como exemplos notórios dessa prática a retirada dos palavrões dos livros de Lins do Rego; uma dispensável nota explicativa introdutória a *Uma Negrinha à Procura de Deus*, de Bernard Shaw; e uma tradução de *The Catcher in The Rye*, de J. D. Salinger, considerada um desserviço à obra. (Marques: p. 23). Nesse contexto de guerra aos livros, o papel de *editor maldito* encontrara um ator ideal no jovem portuense que havia surpreendido o meio literário lisboeta na noite de 8 de junho de 1964, no evento que ficou conhecido como “A Sessão do Teste”⁷¹, recital marcante no salão da SNBA no qual esteve presente Almada Negreiros e possivelmente terá sido um momento fundador da amizade entre Ribeiro de Mello e Vitor Silva Tavares. Todas as primeiras edições dos dois primeiros anos da Afrodite foram censuradas e recolhidas, mas *Antologia de Poesia Portuguesa Erótica e Satírica*, organizada por Natália Correia, e a publicação em português de *La Philosophie dans le Boudoir* (A Filosofia na Alcova), do Marquês de Sade renderam, além da censura, processos judiciais até à altura pouco usuais, com todos os envolvidos na produção condenados a penas de prisão, substituídas por multas diárias.

Aníbal Fernandes explicará a origem no nome, aliás, duplo nome da editora, cujos livros estampavam na capa a estranha alcunha “Edições Afrodite – Fernando Vieira de Mello”. Afrodite teria sido uma sugestão de Natália Correia, poetisa açoriana que organizava “tertúlias” e recebia em sua residência expoentes literários de Lisboa e em visita à cidade. Ana Hatherly⁷², define o *salon* de Correia como “um ponto de encontro obrigatório para a *intelligentsia* anti-fascista da capital, simultaneamente aguerrida e boémia.”⁷³ Nome caro ao editor, porque feminino e subtil afirmação das liberdades do amor, entretanto não era registável, vetado pelo regime como nome-bandeira de uma editora portuguesa. De modo que restou a Ribeiro de

⁶⁹ Citado por Marques: p.21.

⁷⁰ *Softizador*, no original de Marques.

⁷¹ A mesma Montag, de Marques, registra o episódio no livreto “A técnica do golpe literário – A Sessão do Teste”, lançado em 2016.

⁷² Na introdução à segunda edição de *A Vénus de Kazabaika de Sacher-Masoch* (1994), citada por Marques.

⁷³ Como citado por Marques, 2015, p. 55.

Mello dar seu próprio nome à editora, “como lhe segredava a França com novos editores a pronunciarem-se por extenso: Jean-Jacques Pauvert e Eric Losfeld.” (Marques, p. 24)

Em 1965 a Afrodite chega às ruas com a edição portuguesa de *Kama Sutra: Manual do Erotismo Hindu*, de Vatsyayana, em si uma afronta ao regime. A edição vem com uma “errata/explicata” na qual o editor se desculpa por eventuais erros de tradução e de revisão tipográfica. A nota tem o apelo de um chamamento cúmplice e, a um “exorbitante e seletivo preço de 200 escudos, constituía também um manifesto de intenções e um aviso de chegada que todo o meio literário ouviu” (Marques, 2015: p. 59). Depois de *Kama Sutra*, viriam ainda em 1965 a *Antologia de Poesia Portuguesa Erótica e Satírica*, com seleção, prefácio e notas de Natália Correia e ilustrações de Cruzeiro Seixas, livro que vinte anos depois seria o pivô de uma contenda judicial e por fim do rompimento de Ribeiro de Mello com Natália; e em 1966 a tradução de *A Filosofia na Alcova* do Marquês e Sade, com prefácios de David Mourão-Ferreira e Luiz Pacheco, com ilustrações de João Rodrigues⁷⁴. Estes dois livros levariam Ribeiro de Mello e todos os colaboradores envolvidos aos tribunais. Seguiram-se a estes títulos *O Vinho e a Lira* de Natália Correia; *A Vénus de Kazabaïka* de Sacher Masoch, com fotografias de Sena da Silva; a *Antologia da Vanguarda* de Mário de Sá-Carneiro, Almada Negreiros, Manuel de Lima e Luiz Pacheco; e *Jonas ou o Amor numa Baleia*, de Pierre-Henri Cami. Com efeito, um ano e seis livros mais tarde, além do que Jean Paulhan define como “o mais violento confronto com o poder de censurar que a história de fazer livros em Portugal iria, desde a Inquisição, assistir”⁷⁵, a associação dos nomes de Fernando Ribeiro de Mello e o da divindade grega Afrodite nas capas de livro seria sinónimo, segundo Marques, pelo menos da maior afronta que o pequeno mundo editorial tinha feito ao regime que em 1966 chegava aos 40 anos de existência.

⁷⁴ As ilustrações de Rodrigues foram substituídas na 2ª edição, de 1976, por desenhos de Roberto Avillez.

⁷⁵ Paulhan, Jean, *O Marquês de Sade e a sua cúmplice*, seguido de *Portugal em Sade, Sade em Portugal*. Lisboa, Hiena, 1992. P.76, citada por Marques.

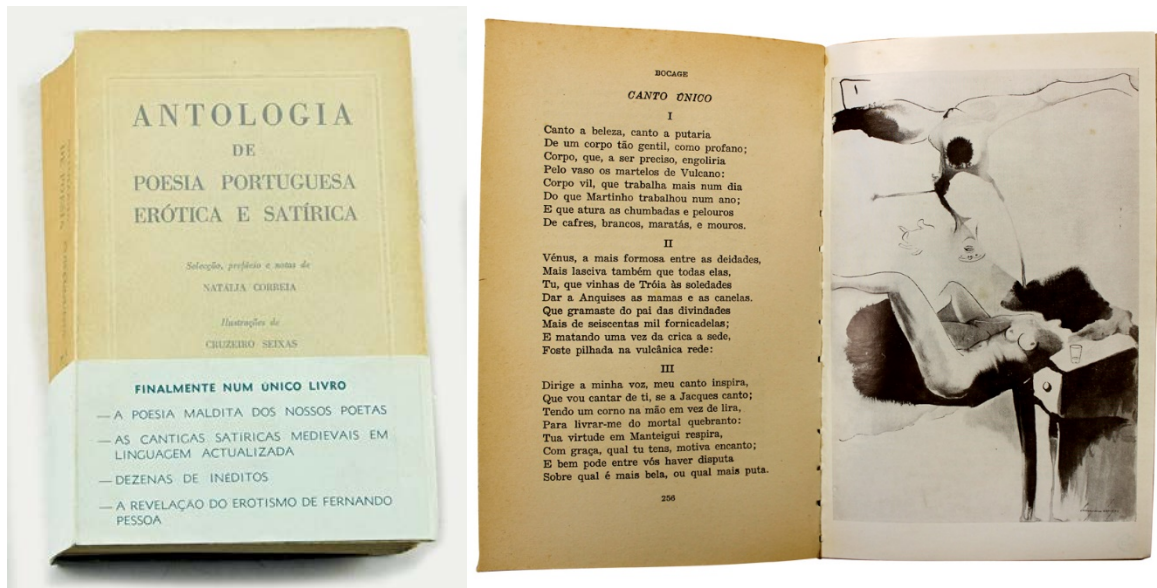


FIGURA 14. Capa e página interna da *Antologia de Poesia Portuguesa Erótica e Satírica*. Afrodite, 1966

A publicação da *Antologia de Poesia Portuguesa Erótica e Satírica*, em 1966, além de render visitas da PIDE à residência de Natália Correia, para busca e apreensão de exemplares (não encontrados, segundo relata Dórdio Guimarães)⁷⁶, insere o nome de Ribeiro de Mello no índice censório português. Marques atenta para a ironia da data: é neste mesmo ano de 1966 que o Vaticano revoga seu *Index librorum prohibitorum*, no qual séculos atrás havia sido incluída a *Utopia* de Thomas More.

⁷⁶ Fialho, Felipe, *Hard-core à portuguesa*. Visão, 20/3/1997, citada por Marques.



FIGURA 15. Página interna de *A Filosofia na Alcova*, do Marquês de Sade, com ilustração de João Rodriguez, Afrodite, 1966.

O processo de *A Filosofia na Alcova* terá sido bastante ilustrativo, especialmente para algumas democracias modernas, da inutilidade de provas argumentativas e da qualidade dos argumentos de defesa quando o processo é eminentemente político. Os envolvidos na produção do livro são condenados a prisão convertida em multa (Marques, 2015). Ribeiro de Mello, o editor português, sofrerá sanções e penalidades ainda mais agressivas que o editor francês da obra, Jean-Jacques Pauvert, condenado em 1957 a severas sanções na França mas que afinal terá forçado, com seu processo, a uma revisão dos códigos de censura naquele país. Não terá sido este o caso de Ribeiro de Mello: a ira da censura salazarista contra o catálogo de arranque da Afrodite não dava sinais de arrefecimento.

Manuel João Gomes, tradutor da edição de *Alice no País das Maravilhas*, publicada em 1971, terá dado à Afrodite um de seus títulos definidores. Atentando na introdução para o carácter psico-sexual da narrativa de Lewis Carroll, fornece à edição uma aura, além de adulta, alternativa. Marques registra que o tradutor, parceiro de Ribeiro de Mello em outras edições da Afrodite, era então um jovem de 23 anos, semiclandestino por ter recusado o serviço militar. Vivia com a poetisa Luiza Neto Jorge, e antes havia sido acolhido por Vitor Silva Tavares nas páginas do *Suplemento Literário do Diário de Lisboa*.

Com efeito, o contexto político durante a última década do Estado Novo era de forte intimidação a editores, que podiam ter livros recolhidos com base em delação comum. Marques cita Cardoso Pires⁷⁷ para apontar o triplo objetivo da intimidação aos editores: um estado permanente de “expectativa alarmante”, submetidos a requisições de livros para apreciação, segundo uma escolha desnorteante, aleatória e intensiva; o imobilismo das atividades comerciais da editora durante a longa fase de apreciação, sendo vedados anúncios na imprensa e de qualquer referência ou listagem dos livros sob vigilância; e por fim induzir um recuo tático e talvez até a revisão de sua linha editorial, ou seja: uma autocensura.

A chamada “primavera marcelista” permitirá a Ribeiro de Mello um ambiente menos inquisitorial com relação à censura, embora ainda com cautela. Duas publicações com êxito comercial marcam esse período: *A Antologia do Conto Abominável* e a *Antologia do Humor Português*, esta última com ousada campanha publicitária pouco usual até então, com anúncios em jornais e nos eléctricos da Carris, que garantiriam ótimas vendas do ousado volume de mil páginas. O desequilíbrio nas finanças decorrentes das apreensões das edições nos primeiros anos, os processos e as multas impõe a pergunta: como a Afrodite se manteve? A resposta está debaixo dos balcões das livrarias, a saber, no discreto circuito de livreiros que comercializavam os livros censurados certos da procura de um público aguçado precisamente pela censura. “Livros proibidos eram verdadeiros *best sellers*, com tiragens de 3 a 4 mil exemplares” (Marques, p. 142). Em entrevista a Marques, o editor João Carlos Alvim, fundador da Assírio & Alvim em 1972, junto com José Antunes Ribeiro, não via na Afrodite uma grande referência de editora política na chamada primavera marcelista. Nascendo como projeto de editora política de intervenção, tinha como referências na época a Afrontamento, a Centelha, a Prelo, a Seara Nova. Na Espanha, as referências eram as editoras Cuadernos para el Diálogo e a Seix Barral. Em França, a Maspero.

⁷⁷ PIRES, José Cardoso. Técnica do Golpe de Censura” in E Agora, José?. Lisboa, Moraes Editores, 1977.p. 230-231

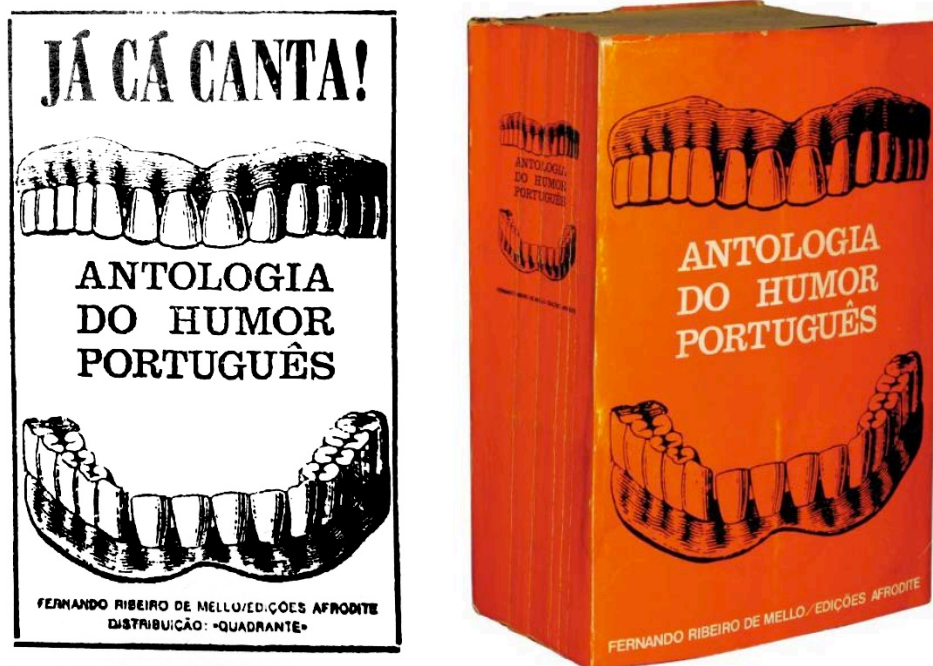


FIGURA 16. Anúncio publicado na imprensa em 1976. *Antologia do Humor Português*, volume de mais de 1000 páginas. Afrodite. Reprodução: Marques (2015).

Como se verá nos relatos de Vitor Silva Tavares e de outros que tiveram convívio próximo com Ribeiro de Mello, é possível inferir que o papel *heroico* do editor contra o Estado Novo entra em crise com os eventos de abril de 1974. Quando florescem editores e autores com temas políticos e sexuais reprimidos por décadas, a Afrodite torna-se apenas mais uma editora nesse novo cenário. Tentando ainda uma sobrevida com livros identificados com o pensamento da direita e a uma crítica enviesada do modo de vida burguês, Ribeiro de Mello conhece a decadência e, com os muitos problemas com a distribuidora estatal Expresso, a ruína. Como diz Marques, numa analogia com o livro *Alice Através do Espelho*: “Quando atravessou o espelho para o ‘outro lado’, para um Portugal livre de censura, descobriu que manter-se ‘contra’ nas águas revoltas dos anos pós-revolucionários era um objetivo demasiado complexo.” (2015: p. 10)

O ano de 1977 seria o melhor ano da editora, com 14 títulos lançados, e também seu último grande ano. Ribeiro de Mello direcionaria o catálogo para temas políticos em meio à Guerra Fria, com viés notadamente anti-soviético. Nos anos que se seguiram ao 25 de Abril, isso mostra-se uma estratégia suicida. Numa breve análise da trajetória editorial de Ribeiro de Mello, de quem foi amigo até sua morte em 1992, Vitor Silva Tavares aponta “faro editorial, amor pelo risco e também a megalomania” do editor da Afrodite. Aponta também “o caráter

neófito na abordagem dos acontecimentos políticos”, que terá dado ensejo a publicações enviesadas na crítica ao comunismo e mesmo reaccionárias, como a problemática edição de *Mein Kempf*. Destaca que a publicação das memórias do Chico da CUF (“conhecido dissidente, anti-estalinista”) ainda faturou, mas “daí para a frente foi o desastre e, com ele, a ruína: nem os bancos lhe permitiram quaisquer transações.”⁷⁸ Íntimo do editor e de seu tempo, Tavares fará a seguinte síntese:

“A sua vertiginosa ascensão-e-queda é bem um marco, a um tempo cultural e sociológico, não apenas da actividade editorial, então de certo modo estagnada, mas do próprio viver quotidiano na cidade capital ou, por extensão, na Feira Cabisbaixa que era o país cenografado da “Política do Espírito” salazarento, que ele ousou confrontar mesmo quando, de peito feito, montou depois o cavalo errado num momento (ainda) errado.” (Marques: p. 18)

Depois de uns poucos títulos na década de 1980, Ribeiro de Mello relançará em 1989 uma nova e robusta edição de *Peregrinação & Cartas*, de Fernão Mendes Pinto, depois de amargar anos vendo o livro, cujo estoque havia desaparecido na Expresso junto com outros títulos da editora, vendido sem controle pelas ruas, a preços desleais que inviabilizavam a venda a sério. Será o último lançamento de Ribeiro, que falecerá em fevereiro de 1992, ao operar um aneurisma. Marques sintetiza desta forma o legado de Ribeiro de Mello:

“Publicou, ao longo de 24 anos, 85 títulos, alguns dos quais foram enormes sucessos comerciais, com inúmeras edições. (...) Em quantidade e qualidade é, apesar do seu segundo acto (e de um frustrado terceiro acto), uma história de sucesso que poucos pequenos editores dos últimos 40 anos replicaram ou teriam sequer chances de o fazer. A pequena edição independente, como o provou durante mais de 40 anos o seu decano em Portugal, Vitor Silva Tavares, sobrevive agora cada vez mais longe da ‘auto-estrada’, em estreitas estradas secundárias ou carreiros ocultos pela vegetação, em curtas tiragens e para um público selecto. Se se atreve a pôr um pé nessa auto-estrada, o pequeno editor é atropelado ou se transforma num dos anódinos camiões de carga que a percorrem em alta velocidade.” (Marques, 2015, p. 258)

A dissonância representada pela Afrodite nos últimos anos do Estado Novo, e pela & etc nos primeiros (verdes) anos depois do 25 de Abril, se faria observar por muitas novas editoras à margem, entre as quais se destacariam a Fenda de Vasco Santos, a Frenesi de Paulo da Costa Domingos, a Hiena de Rui Martiniano, e a longeva Antígona, de Luís de Oliveira.

⁷⁸ Citado por Marques (2015), p. 18.

3.1.4. Vitor Silva Tavares: editor paralelo e subterrâneo nos “verdes anos”

“Há livros e há mercadoria. A diferença entre eles é a diferença entre poesia e capitalismo.”

Vitor Silva Tavares, suplemento *Actual*, *Expresso*, 7/8/2010

Amigo de Ribeiro de Mello, Vitor Silva Tavares terá sido, como ele, um dos grandes editores independentes de Portugal no século XX, nomeadamente no contexto da transição do Estado Novo para o país que se desenha após 25 de Abril, dos *brandos costumes* salazaristas para os chamados *verdes anos*. Em seu trabalho na Ulisseia entre o final de 1964 e o início de 1967, Silva Tavares cria e dirige colecções como Poesia e Ensaio (22 obras) e a Colecção Vária (13 obras), embrionárias do que viria a ser o catálogo da futura editora “& etc”⁷⁹. Antes de se tornar a editora com quase 300 obras publicadas ao longo de 40 anos, & etc foi um suplemento literário anexado ao *Jornal do Fundão*, de António Paulouro. Este jornal, de cariz independente, havia sido proibido de circular por seis meses durante 1967. No retorno de suas atividades, os editores adotaram a estratégia de circunscrever os textos e temas mais vigiados pelos censores num magazine anexo.⁸⁰ Fruto também de experiências anteriores como o *Almanaque*, na própria Ulisseia, o suplemento de “artes / letras / espetáculo & etc...” tem 26 edições entre 1967 e 1971 no *Jornal do Fundão*, experiência marcante e decisiva para o editor.⁸¹



⁷⁹ Embora apresente variações, adota-se para o quinzenário e para a editora criados por Vitor Silva Tavares a grafia “& etc”, consagrada pelo seu logotipo e também adotada em livros de referência como *Uma Editora no Subterrâneo* e *& etc – Prolegómenos a uma editora*.

⁸⁰ Como relata Neves no *Expresso* em 20/4/2017.

⁸¹ Como relata no artigo “Nos sem-anos do Paulouro”. In: *& etc – Prolegómenos a uma editora* (2017).

FIGURA 17. Exemplos de capas da primeira fase do & etc, como suplemento do Jornal do Fundão.

In: & etc – *Prolegómenos a uma editora*.

A segunda fase do magazine literário & etc, como um quinzenário independente, começa no início de 1973 e vai até outubro de 1974. Adota pequenas mudanças no formato, que passa a ser o chamado “falso quadrado”, conhecido como *folheca*.⁸² Testemunha o 25 de Abril e é editado até outubro de 1974, quando se torna a editora que lançaria cerca de 300 títulos por 40 anos, até a morte de Silva Tavares em 2015. As duas fases do periódico & etc, como suplemento do Jornal do Fundão e como magazine cultural foram homenageadas numa exposição da Biblioteca Nacional de Portugal em 2017, por ocasião dos 50 anos da primeira edição do & etc em 1967.⁸³



FIGURA 18. Exemplos de capas da 2ª fase do & etc, como quinzenário autónomo entre 1974 e 1974.

In: & etc – *Prolegómenos a uma editora*.

Em 1974 a editora & etc surge num momento nacional com aparentes ventos de liberdade. E surge já como uma referência. Henriques (2015) lembra que no clima de liberdade literária que se seguiu ao 25 de Abril, a & etc se torna involuntariamente um modelo para novos candidatos a editores com “exigências literárias, político-filosóficas, estéticas e tipográficas.” (p. 66) Henriques ressalta este último aspecto, o apuro técnico com a produção tipográfica, como um diferencial que fez da & etc um farol naquele contexto:

“Antes de mais, o formato, baseado no «quadrado perfeito», a partir de 15,5 x 17,5 cm; depois, os papéis de miolo, capa e sobrecapa, escolhidos em função da obra; o desenho das capas, quase sempre originais de pintores, como Carlos Ferreiro, um dos grandes capistas da & etc; a

⁸² No Brasil é chamado *tabloide*.

⁸³ “& etc: prolegómenos a uma editora”, comissariada por Paulo da Costa Domingos.

composição a chumbo (e até por vezes a impressão), quando estas já tinham ‘Passado de moda’; a não reedição de títulos esgotados; a fidelidade a tipografias como a Minigráfica. E mais genericamente a enunciação visível de uma aparente «pobreza» material que se opõe, de forma espontânea, à típica ostentação dos produtos de escaparate ou de supermercado.” (p.67)



FIGURA 19. Algumas das primeiras edições da editora & etc, com o formato que caracteriza seu catálogo.

In: *Uma Editora no Subterrâneo*, Letra Livre, 2015

Testemunha de um convívio íntimo com a obra e o legado de Silva Tavares, o amigo Paulo da Costa Domingos (2015) registra que a & etc, seja como magazine ou como editora de livros, construiu-se com o que chama “colaboração livre grátis (que não gratuita)”, de vasta plêiade de poetas, prosadores, desenhadores, tradutores, revisores de provas, apoiantes e leitores.

“Só é possível inscrever sua férrea vontade de resistência cívica mediante o empenho e o empenhamento total e radical de um Editor, sui generis e avis rara: Vitor Silva Tavares – VST, no círculo próximo de amigos e pares de combate. Num outro plano, que não é de somenos importância, foi e será sempre uma oficina de poetas enraizada no idioma lisboeta.” (2015: p. 9)

Para Domingos, “V.S.T.” concentraria no subterrâneo 3 na Rua da Emenda, ao Chiado, toda a “cultura de exclusão do fascismo reinante: neo-realistas, surrealistas, profanos, hereges, relapsos, franco-atiradores, desesperados.” Com relação às influências editoriais mais imediatas, destaca, entre os modelos da época, um “feliz ponto de fusão entre a alta e a baixa culturas”: periódicos como *Almanaque* (1959-1961) e *Letras e Artes* (1961-1970). Silva Tavares estava sintonizado com a contracultura: Domingos insere o legado intelectual do amigo no “surto estético contracultural e político dos *sixties*. (2017: p. 14)”. Sua geração absorveu incontornáveis influências de um tempo em que convergiam o Maio de 68, os provo nos Países Baixos, os *hippies* na Califórnia, o movimento negro no Sul dos EUA, os protestos contra a

guerra do Vietname, ao mesmo tempo em que localmente se sentia os efeitos de Portugal atolado numa guerra sem sentido nas colónias africanas.

Inserindo o caso da & etc nos estudos culturais, Cameira (2015) dirá que nada é mais contrário ao espírito da indústria cultural do que a singular atuação do projeto editorial de Silva Tavares: “Tudo separa a & etc das regras que animam o sistema midiático editorial” (2015: p. 89). Silva Tavares corresponderia, em sua visão, a um quase perfeito arquétipo do *interventor cultural puro*, “dando voz impressa e legitimando linhas literárias e artísticas que, de outro jeito, dificilmente conheceriam entrada em campo.” (p.90).

Em 2000, num discurso lido por Nuno Moura em Punta Umbria, Silva Tavares escreve: “nascida há 27 anos e mantida até hoje, enquanto empresa que o fascismo não deixou ser cooperativa, naquela ‘apagada e vil tristeza’ de que falava Camões, a editora & etc soma, no entanto, cerca de 300 títulos publicados.”⁸⁴. Testemunho do seu *modus operandi*, da sua ética editorial, do seu engajamento político, e também de um desencanto, o que se segue é um manifesto-síntese do espírito de um editor independente com quatro décadas de serviços prestados a Portugal:

“Se se souber que nunca perseguiu o lucro mas o desejo de que a venda dos livros permitisse a publicação de novos livros; se se souber que nunca pediu ou recebeu apoios do Estado ou de outras Instituições; se se souber que nunca reeditou qualquer dos títulos entretanto esgotados por preferir arriscar em novos títulos; se se souber que todos os seus colaboradores (e são centenas) nunca assinaram qualquer contrato ou receberam qualquer remuneração pelos seus trabalhos; se se souber que desde a hora inicial nunca pôde contar com o apreço, sequer com a honestidade, da maior parte dos distribuidores e livreiros interessados unicamente na promoção de produtos de consumo assegurado; se se souber que a linha ou linhas editoriais nunca assentaram numa estratégia de valores assimilados, muito antes privilegiaram autores de 1ª obra ou muitos daqueles “incómodos” situados do lado de fora dos sistemas mentais e linguísticos digeríveis – se se souber tudo isto, há-de concluir-se que uma tão longa e tão esforçada permanência só pode dever-se (pondo de lado alguma raivosa teimosia mesclada de involuntário masoquismo) à crença e ao combate por uma cultura outra não contaminada pela devastação mercantil nem pela aliança sabuja entre os ornamentos do jet-set cultural e os poderes instituídos – sejam eles de uma “esquerda” politicamente amorfa e amavelmente corrupta ante o predomínio, ou melhor dizendo, a ditadura do grande capital.” (Tavares, 2015: p. 11)

Silva Tavares chamaria “amadorismo auto-consentido”, excetuando-se na proibidade do trabalho, que se quer aplicado no apuro estético, o modo de funcionamento de uma editora que se afirma *artística e incisivamente intelectual*, à margem ou mesmo contra as engrenagens das indústrias culturais. Dirigia-se a “poucos mas personalizados leitores” e não a um “público sem rosto”. Ao Público⁸⁵, Tavares declarou que a editora era totalmente independente: “Nunca pediu

⁸⁴ & etc: Uma editora no subterrâneo, p.11

⁸⁵ Coelho, Alexandra Lucas. *Resistência é a palavra*. Público, 16/7/2007. Disponível em <https://www.publico.pt/2007/07/16/culturaipsilon/noticia/resistencia-e-a-palavra-1299603>

nem à Secretaria de Estado da Cultura, nem às fundações, nada. Vive dos livrinhos que fazemos e pomos nas livrarias, e as tiragens são muito pequenas...” A jornalista pergunta: “Entre 400 e 500?”. A resposta: “Não!!! Menos! Ui! Isso era um best seller. A gente faz 300 e em casos excepcionais 350, nunca mais.”⁸⁶ Os baixos custos estruturais permitiram a & etc existir, um livro após outro. Foram quase 300 entre 1974 e 2015, quando Silva Tavares falece aos 78 anos e a editora encerra as atividades. Na ocasião, o Público o reconhece como um dos mais originais e radicais editores portugueses, Em tom saudosista, talvez alheio ao esforço de tantos outros intervenientes que mantém viva a edição independente em Portugal, o texto registra: “É toda uma geração, de resistência cultural e política, que tem os dias contados”.⁸⁷

3.2. Editores contemporâneos e as suas estratégias

“Eis uma estranha forma de vida, em tempos em que todos se querem destinados à riqueza financeira e à glória mediática: fazer com que a voz e a arte de outros chegue ao futuro. Mas chegará?”

Joana Emídio Marques, Observador

Publicação independente é uma designação que nomeia toda sorte de iniciativas editoriais que se expressam à margem dos circuitos *mainstream*, Drucker (1995) a definição de *publicação independente* refere-se a qualquer tipo de publicação cujo esforço “is mounted for the sake of bringing an edition into being” (1995, p. 6-7), ou seja, que não pode encontrar imediato patrocínio na indústria gráfica ou entre empresas comerciais. Drucker associa a produção independente também a intenções literárias e ativismo político e, como Muniz Jr. (2016), a uma atividade desvinculada dos circuitos e mercados massivos, identificada com métodos artesanais de produção e o experimentalismo estético. Para além dessa lógica dissonante e contra-hegemónica, entre outras características comuns que se observam em lugares e épocas distintos, dois fatores ajudam a entender o momento atual da edição independente em Portugal.

Do ponto de vista económico, o país esboça a partir de 2014 uma recuperação depois da aguda recessão que estagnou diversas atividades no campo criativo a partir da crise global de 2008, tendo seu pior momento entre os anos de 2010 e 2013. Nesse contexto, Baraona (2014)⁸⁸

⁸⁶ “Resistência é a palavra”, Alexandra Lucas Coelho, Público, 16/7/2007

⁸⁷ “Morreu Vitor Silva Tavares, um editor radical”, Kathlenn Gomes e Lucinda Canelas, Público, 21/9/2015.

⁸⁸ Pangrama nº4, p.62.

parte dessa percepção de um período de carência em que o país e o meio artístico se encontram, para sublinhar o esforço de associações e colectivos “cuja dinâmica contraria tanto a fragilidade como alguma inércia provocadas pela crise económica”, o que se observará por exemplo nos seis encontros *O Que Um Livro Pode?*⁸⁹, realizados entre 2011 e 2016. É este movimento, também reflexo de uma espécie de retomada, que se propõe aqui identificar. Simultaneamente a essa conjuntura de reestruturação económica, considere-se a concentração do mercado do livro em grandes grupos editoriais a partir da década de 1980, sufocando livreiros tradicionais; e a massificação de serviços de internet de banda larga, com posterior advento dos *e-books* e no formato PDF, a partir da década de 1990. São fatores que propiciam um conjunto de mudanças nos procedimentos editoriais, nomeadamente de distribuição. Para além das hipóteses económicas e tecnológicas que permeiam a atividade, Baraona (2014) abrirá essas direções:

“Talvez seja uma consequência da situação periférica do país, talvez seja ainda um legado dos movimentos de contra-cultura do século XX, ou ainda uma forma de celebração da vida pós-ditadura, talvez fruto de uma imaginação poética peculiar ou remédio contra desesperos metafísicos pessoanos, podemos considerar a soma de todas estas hipóteses e outras ainda por enumerar mas, o facto é que o panorama da edição alternativa, experimental e independente em Portugal é interessante e diversificado.” (Baraona, 2014. Pangrama nº 4, p. 63)

O conjunto de coletivos, editores e livreiros aqui identificados, concentrados maioritariamente em Lisboa, abrangem desde o singular experimentador estético, como Xavier Almeida, até a editora formalmente estabelecida e com operações no exterior, como a Tinta da China. Este capítulo observa como se colocam, como se organizam e estruturam suas redes.

3.2.1 O *small press* português

“Não há grandes editores, há simplesmente editores, sejam grandes ou pequenos.”

Antoine Gallimard

De um ponto de vista teórico, pode-se considerar que 2011 marca um esforço pioneiro de se estruturar o atual panorama da auto-edição e do livro de artista em Portugal, quando Catarina Figueiredo Cardoso e Isabel Baraona contactam Brad Freeman, editor do *Journal of Artist's Books (JAB)*, de Chicago. O que a princípio resultaria um artigo sobre o panorama da edição

⁸⁹ Inicialmente organizadas em 2011 por Baraona e Cardoos, conjuntamente com Isabel e Claudia Dias (associadas à Oficina do Cego), Filipa Valladares (STET) e David Gueniot e Patricia Almeida (GHOST).

independente portuguesa resulta em 2012 numa edição inteira dedicada a Portugal, desde já imprescindível no estudo sobre o assunto.⁹⁰ O trabalho de Cardoso e Baraona que resulta no *JAB* português não ficará isolado no tempo. O mapeamento ali apresentado fornece elementos para a plataforma *Tipo.pt*, que propõe indexar toda a produção portuguesa no campo do livro de artista e da auto-edição, e também o anuário *Portuguese Small Press Yearbook*. Assumidamente “megalomaniacos”, nas palavras das autoras⁹¹, os projetos são a seu modo infinitos, pois segundo Cardoso, “por mais que se conheça a produção portuguesa há sempre uma edição que escapa ao radar”. Como explica Baraona, a estrutura e a organização do arquivo *Tipo.pt* tem como modelo o *ABsOnline*⁹², plataforma sobre livros de artista concebida e desenvolvida por Johanna Drucker entre 2004 e 2008.

Para além desses registros, Marcos Farrajota, egresso dos fanzines dos anos 1990 e com forte senso memorialista, alimenta desde o início dos anos 2000 os blogs da Bedoteca de Lisboa, instituição onde trabalha diariamente, e também o de seus projetos pessoais: a Feira Laica, o selo Mmmnnrrrg e a associação Chili com Carne. Deste esforço organizado e contínuo do editor, resultará ao longo dos anos um farto material que registra de forma crítica não só a publicação independente, mas a própria cultura alternativa em Portugal nos últimos 30 anos.

A forma como os intervenientes entendem a publicação alternativa não será de modo algum uníssona. João Sobral, do projeto Panda Gordo, relembra no PSPY de 2014 um ensaio⁹³ que publicara em maio de 2014, no qual se afirmava como um editor político, indiferente a regras de mercado. De facto, o jovem editor do Porto demonstrava aversão ao termo *empreendedor*, bem como todo o léxico liberal.⁹⁴ Em seu ensaio, Sobral esboçará um manifesto anti-liberal, que poderá ser representativo de um quinhão considerável dos editores alternativos, nomeadamente da poesia e da banda desenhada em Portugal e alhures:

“Quero definir-me o mais possível pelo exacto oposto da mentalidade do empreendedor e anunciar-me como a sua negação! Isto não é uma marca nem uma empresa, nem sequer uma editora. Não há logotipo, não há identidade. O Panda Gordo é só um nome que eu uso para fazer o que me apetece. Com o meu trabalho, com o trabalho de outros, com quem me apetece ou sozinho. Não existe nenhuma linha editorial, nenhuma estratégia de mercado, nenhum plano de distribuição nem nenhuma intenção de ser inovador.” (Sobral, 2014, p. 3)

⁹⁰ Disponível em www.journalofartistsbooks.org/jab32/issue.html

⁹¹ Em conferência na Feira do Livro de Fotografia de Lisboa em 2016

⁹² Disponível em <http://www.artistsbooksonline.org>

⁹³ Relatório para a unidade curricular Projecto / Estágio do 8.º semestre da licenciatura de Design de Comunicação da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto trabalho de conclusão da licenciatura na Universidade do Porto. Disponível em: http://joaosobral.pt/Joao-Sobral_Sobre-a-concepcao-edicao-producao-distribuicao-etc-de-fanzines-2014.pdf

⁹⁴ Postura também registrada no ensaio “Londres, a terra prometida”, na coletânea *Maga* (2015).

Com João Machado, do Clube do Inferno, mais a Chili com Carne e a Thisco, Sobral lançaria o reflexivo MAGA em 2014, onde se discute a situação da banda desenhada em Portugal atual, além do próprio sentido de se publicar um volume impresso. Nesse sentido, Machado dirá que *o livro morreu (risos)*, ao que se seguem outras provocações: “uma festa literária é um cemitério de árvores e uma celebração da parlapatice. Escrever na internet é ainda pior. Computadores que ligam para outros computadores, em conluio para sugar metais raros do planeta.”⁹⁵ Irónico mas certo de sua missão, o editor do Clube do Inferno argumentará que o meio por onde viaja seu trabalho é cada vez mais secundário. Farrajota, face aos eventos de janeiro de 2015 em Paris⁹⁶, dirá que imprimir é o gesto político por excelência. (2014, p. 9)

A definição de *small press* em Cardoso e Baraona (2013) menciona “uma tentação imediatamente quantitativa na densificação de *small press*”, de imediato descartada. Seus critérios de registro são, entretanto, um válido exercício de observação do editor independente contemporâneo: “As tiragens podem ser de dois ou de 2000 exemplares, o importante é o espírito com que a edição é concebida e realizada.” Tomando como exemplos “casos de fronteira”, considerando a variedade de perfis dos editores independentes, admite-se nessas autoras que muitas das suas opções serão discutíveis, a classificação idiossincrática e a abordagem conceitual não será sempre rigorosa. Aqui nesta investigação propõe-se um apanhado que também terá algo de arbitrário, dados os limites conceituais absolutamente fluidos dessa atividade. Cardoso e Baraona mencionarão no *PSYB 2015* “editores que se apresentam como tal” (p.5), dando-se voz a alguns elementos do “activo grupo de editores independentes individuais”. Nas palavras de Cardoso, “pessoas mais ou menos isoladas que publicam livros, seus ou de outros, com uma chancela, com critérios editoriais relativamente definidos, e que publicam sob um nome e não simplesmente como ‘o autor’”. Serão exemplos João Sobral e sua O Panda Gordo, Fábio Miguel Roque com a Unknown Books, além de Maria João Worm e Diniz Conefrey com sua Quarto de Jade.

Entre uma plêiade de editores de poesia, a Não (Edições) do editor João Concha se dedica à poesia “em suas mais diversas formas” e a primeira de suas coleções, a Coleção 32 foi lançada em 2013, com obras inéditas sob o formato plaquete, com a proposta não muito rígida de 32 páginas. Ao preço médio de 8 euros, conta até o momento com 16 títulos⁹⁷. Sobre seu propósito editorial, Concha escreve que a ‘não’ é “uma editora dita independente, na medida em que a sua existência e funcionamento não dependem de um grupo editorial estabelecido ou

⁹⁵ Machado, João. Coleção de Ensaio sobre Banda Desenhada e Afins. In: MAGA, 2014.

⁹⁶ Farrajota refere-se ao atentado à redação do Charlie Hebdo, em 7 de janeiro de 2015.

⁹⁷ Consultado em <http://livrosnaoedicoes.tumblr.com/tagged/coleção-32> em 5/9/2017

de apoios financeiros habituais, sendo as opções editoriais, a produção e os seus custos da responsabilidade do editor.”⁹⁸

Entre editores do que se podem chamar livros de artista, ou experimentais, a Ghost Editions tem como uma de suas particularidades “recomeçar (quase) do zero para cada projecto”, prática que trará consequências: “Para cada livro precisamos de reconstruir quase toda a cadeia de produção, o que implica trabalhar com gráficas diferentes, com papeis nunca iguais, com coisas que nunca fizemos antes”, explica David Guéniot⁹⁹, que divide a editora com sua companheira Patrícia Almeida. Guéniot menciona implicações também ao nível da produção: “nem todas as livrarias se interessam pela integralidade do nosso catálogo mas sim por algumas obras.”

Os editores independentes de banda desenhada terão na Associação Chili com Carne, estudada de forma mais detalhada no Capítulo 4, uma representativa e aglutinadora experiência. Dela farão parte os selos Mmmnnrrrg, El Pep e Opuntia Books. Egresso dos fanzines dos anos 1990, Marcos Farrajota é editor do selo Mmmnnrrrg, fundado por ele em 2000 e dirigido com Joana Pires desde 2010. Desse coletivo também fazem parte o Clube do Inferno, surgido no fim de 2012, depois da Feira Laica, unindo os trabalhos de Hetamoé, Astromanta, Mao e André Pereira, com decisões de produção individuais, nomeadamente em banda desenhada; El Pep é o selo do artista Pepe del Rey, ligado ao The Lisbon Studio, e Opuntia Books, de André Lemos, produz edições únicas e limitadas de livros/zines de artista, entre os quais se destaca *Time Life Life Time*, de Luís Henriques, impresso em 2009. Façam Fanzines e Cusgam Martelos é o selo com que Tiago Baptista edita desde 2012 fanzines como “Preto no Branco”, em parceria com os trabalhos de Catarina Domingues, de cariz mais experimental. Flop, com *Três Horas Esquerdas*, do russo Daniel Kharms, e Sulfúria, com o *Sexo 20* de Santos Fernando, são editoras que se lançam em 2017 de modo a preencher o que Farrajota diz ser uma “vaga” de novas aventuras editoriais no país:

“É um fenómeno curioso este, comunidades de leitores (algumas criadas em torno de livreiros) que apoiam as escolhas destes novos editores, ao ponto de estes lançarem obras de escritores que o mercado editorial português tem marginalizado, uma bela forma de colmatar a KKKultura servida pelas LeYas e quejandos, ou a impossibilidade económica de editoras independentes bem estabelecidas (Antígona, Abysmo, Relógio D’Água, 7 Nós) de puderem lançar todos os escritores do mundo que realmente interessam. Venham mais.” (Farrajota, “MNRG apoiou Flop”, 1/3/2017)¹⁰⁰

⁹⁸ ‘Não (Edições)’, artigo de João Concha publicado no PSPY 2015, p. 53.

⁹⁹ Em entrevista a Ana Romana. Disponível em www.tipo.pt.

¹⁰⁰ Disponível em URL gentebruta.blogspot.pt/2017/03/mnrg-apoiou-flop.html?view=flipcard

Como exemplo de periódico independente, o *Mapa*, da Associação Mapa Crítico, com sede em Setúbal, é um jornal trimestral de 40 páginas editado por Ana Guerra. Tem tiragem de 3000 exemplares, ao custo médio de 1200 euros, que se pagam com a venda dos exemplares a 1 euro, nacionalmente distribuídos. O sóbrio projeto gráfico tem a grelha sólida, design similar ao de muitos jornais. O diferencial fica mesmo no conteúdo, de cariz anarquista. Pedro Mota (PM), um dos colaboradores permanentes, atesta a carência desse tipo de publicações no panorama editorial dos impressos: “Ninguém mais vai fazer isto, então fazemos nós.”¹⁰¹ O *Mapa* é irmão de outros projetos de jornalismo autónomo e contra-hegemónico em Portugal, tais como o Guilhotina.info – uma plataforma de notícias surgida no âmbito das manifestações contra a *troika* em 2011; e a plataforma de notícias Indymedia Portugal.¹⁰²



FIGURA 19B. *Jornal Mapa*, editado por Associação Mapa Crítico, Setúbal.

<https://rda69.files.wordpress.com/2015/10/jornal-mapa.jpg> [cons. 12/1/18]

No campo literário, a magazine *Eufeme*, projecto do poeta Sérgio Ninguém e vários colaboradores, é uma publicação trimestral dedicada à poesia, “sem fins lucrativos e sem

¹⁰¹ Em conferência na Escola António Arroios, durante a 1ª Feira de Editores Independentes, em 2016.

¹⁰² <http://pt.indymedia.org>

qualquer ambição comercial”¹⁰³. O editor disponibiliza a versão PDF quatro meses depois do lançamento da edição impressa. Lançada em julho de 2016, está já na sexta edição.

A já citada Pierre von Kliest, criada em 2009 pelos fotógrafos André Príncipe e José Pedro Cortes, prima por exemplares de acabamento refinado. O nome e logotipo da editora remete a um personagem fictício que teria sido um grande colecionador de livros e herói da segunda guerra mundial. Fábula provocatória, contribuiu para criar uma aura misteriosa para esta editora que, buscando romper os limites da divulgação e distribuição portuguesa, desenvolveu uma pequena mas influente teia de distribuição internacional, conforme Gomes (2014)¹⁰⁴

3.2.2. Circuitos de distribuição alternativos: pontos de venda fixos e feiras

O número de livrarias especializadas em livros de artista, fanzines e outras publicações independentes é ainda muito reduzido em Portugal, conforme apontam Quintela e Borges (2015).¹⁰⁵ Estes autores destacam a Inc. Livros e Edições de Autor, fundada no Porto em 2008 e a STET¹⁰⁶, especializada em *photobooks*, fundada em Lisboa, em 2011. Além das feiras, pormenorizadas adiante, cite-se também outros espaços de nicho, abertos nos últimos anos em Lisboa: em 2014 a Associação Mob se muda para o Intendente, onde instala sua livraria; a Baobá, aberta em novembro de 2016 em Campo de Ourique, é ligada à Orfeu Mini / Orfeu Negro, da editora Carla Oliveira, focada em livros com ilustração, não necessariamente infantis. It's A Book, de António Alves, aberta em novembro de 2016 nos Anjos, é especializada em livros e oficinas para crianças.¹⁰⁷ A Tigre de Papel, de Bernardino Aranda, abre em junho de 2016 na Rua de Arroios com venda de livros novos e usados, manuais e material escolar, com proposta de abrir espaço para promover editoras mais pequenas e independentes em eventos em seu auditório; Tortuga, aberta em janeiro de 2017 com foco em literatura anarquista, funciona em conjunto com a BOESG¹⁰⁸ e o espaço Disgraça em Penha de França. Somam-se à Letra Livre, com suas lojas na Calçada do Combro e na ZDB, no Bairro Alto. Sinal dos tempos, em movimento contrário, a livraria alternativa da Sociedade Guilherme Cossoul, na zona de Santos,

¹⁰³ *Sobre a Magazine EUFEME (manifesto)*, disponível em <http://eufeme.weebly.com/sobre.html>

¹⁰⁴ Gomes, Sérgio B. “Pierre von Kleist, uma editora para uma imensa minoria”, *Público*, 20/11/2014.

¹⁰⁵ “Livros, fanzines e outras publicações independentes. Um percurso pela ‘cena’ do Porto.” Pedro Quintela e Marta Borges, Universidade de Coimbra. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-30302015000200004

¹⁰⁶ Estudada mais detalhadamente no Capítulo 4.

¹⁰⁷ Rapazote, Inês. It's A Book, uma livraria que é também uma oficina. *Visão*, suplemento Sete, 20-12-2016

¹⁰⁸ Biblioteca e Observatório dos Estragos da Sociedade Globalizada, ex-Biblioteca dos Operários e Empregados da Sociedade Geral, como descrito por Farrajota em “Anarquia transgénica”. Disponível em <http://chilicomcarne.blogspot.pt/search?q=boesg>

desaparece em 2017 depois de mais de cem anos de atividade, com a venda do edifício.¹⁰⁹ Espaços de vida curta, mas significativos no contexto de suas comunidades, como por exemplo a Snob, um café, livraria e editora de Duarte Pereira e Emília Araújo que funcionou entre 2014 e 2016 em Guimarães, serão incontáveis.

Para além dos pontos fixos de venda, as feiras são uma estratégia fundamental para oxigenar a produção da edição independente. De fato, para qualquer sujeito não familiarizado com tal universo, um primeiro contacto com a edição independente de Portugal provavelmente se dá a partir das feiras de autores independentes que ocorrem com frequência nas cidades de Lisboa e Porto, e eventualmente em cidades menores. Esses eventos, que em Lisboa se realizam com uma frequência média mensal, são para grande parte do público o primeiro contacto com a produção alternativa do país. Um evento a partir do qual a história recente das feiras de editores independentes pode ser analisada é a Feira Laica, organizada por Marcos Farrajota e José Feitor entre 2004 e 2012.



FIGURA 20. Cartazes das duas primeiras edições da Feira Laica, dezembro de 2004 e junho de 2005.

©José Feitor.

¹⁰⁹ Marques, Joana Emídio. Depois de 132 anos a Sociedade Guilherme Cossoul precisa de uma morada nova. <http://observador.pt/2017/06/26/depois-de-132-anos-a-sociedade-guilherme-cossoul-precisa-de-uma-morada-nova/>

Provindos dos fanzines e familiarizados à cena *DIY*¹¹⁰ dos anos 1990 em Portugal, Farrajota e Feitor organizaram a feira por oito anos, com a proposta de congregar “sujeitos aparentemente inconciliáveis” – os chamados novos artesãos, artistas gráficos, fanzinistas e os habituais piratas da segunda mão. “Tudo a obedecer já à lógica que estabeleceria a Laica como o espaço de comércio cultural justo”.¹¹¹ O nome da feira, realizada às vésperas do Natal de 2004, homenageava a cadela russa que vagou pela órbita terrestre em 1957 mas era também uma provocação ao feriado religioso – e consumista – que a sucedia. Com visitas a Palmela, Oeiras, Seixal, Porto e Coimbra, mas sobretudo em Lisboa, durante oito anos a Laica viu seu público crescer, tendo sua 21ª e última edição já *um bocado apoteótica*, na opinião de Farrajota. Provara, entretanto, que o modelo podia funcionar e que alguém podia fazer dele outra coisa.¹¹² Extinta em dezembro de 2012, seus ex-organizadores se apoiariam eventos que assumissem as mesmas premissas e metas. Com efeito, a partir de então a Cafetra Records, via Pedro Sar (Saraiva), começa a organizar a Feira Morta, desenvolvendo uma identidade própria, mas mantendo o princípio do encontro directo com o público, sem intermediários.



FIGURA 21. À esquerda, cartaz da Feira Laica no Porto, 2007, arte de Nuno Sousa. À direita, cartaz da 21ª e última Feira Laica em 2012, em Lisboa, arte de Zé Burnay.

¹¹⁰ DIY, sigla para “Do It Yourself”, ou faça-você-mesmo, *modus operandi* relacionado à cultura punk que surge nos anos 1970, na qual os fanzines em cópias xerográficas tiveram papel fundamental.

¹¹¹ Feira Laica, dezembro de 2004, Freguesia de São mamede. [consult. 1/9/2017] Disponível em <https://feirlaica.wordpress.com/2004/12/>

¹¹² “A Laica morreu, viva a Morta!”, matéria de Sara Figueiredo Costa, Blimunda n° 50, julho de 2017.

O registo no blog da Feira Laica sobre anuncia a primeira Feira Morta, em 2013, como legítima continuidade da proposta, ainda que com outros organizadores:

“Como já sabem a Laica acabou mas pelos vistos já andam por aí iniciativas para a substituir! Entretanto os rumores segundo os quais a Cafetra Records iria dar seguimento à Laica confirmam-se (mais ou menos): A Laica morreu. A que se segue será uma Feira póstuma. Baptizada como Feira Morta, e à semelhança da anterior, funcionará como o ponto de encontro, troca e venda de edições independentes, alternativas ou não convencionais, dentro de uma ética *do-it-yourself*. A Feira Morta pretende promover, acima de tudo, a divulgação e a descoberta do que hoje se faz, bem como o contacto directo e informal entre quem cria, quem compra e quem se interessa.”¹¹³

Dos eventos regulares da agenda de Lisboa, a Feira Morta é, no que diz respeito à banda desenhada e a ilustrações, o de cariz mais alternativo. Realiza em 2017 edições na Sociedade Musical União Paredense (SMUP) em Parede, no bar Estrela (ex-Laboratório), na Graça, e duas edições em Alfama, num espaço associativo chamado Banco. Farrajota (2016) analisara que as edições da Morta no extinto Atelier Adamastor, nos Restauradores, foram as que “correram bem”, e as outras não, o que segundo ele aponta a fragilidade da atitude “random”, uma vez que a feira ainda não criara um público fiel que a seguisse até ao “fim do mundo”. (2016: p. 72)

¹¹³ Disponível em URL <<https://feiralaica.wordpress.com/?s=feira+morta+2013>>



FIGURA 22. Cartaz para uma edição da Feira Morta no Adamastor Studios, em 2015. Arte de Amanda Baeza. À direita, cartaz da Feira Morta em 2016. Arte do estúdio Desisto!

Como observa Cardoso (2016), apesar da frequência com que são realizadas, não se pode prever as feiras e eventos de divulgação em que editores independentes e autoeditores, bem como as livrarias que os promovem, vão participar. Se há por um lado o caráter precário que não permite uma programação a médio prazo, há por outro o próprio regime de funcionamento destes eventos, que não garante sua realização.” (2016: p. 75) Para além da Laica e da Morta, registre-se nos últimos anos eventos como a *Transfer: Feira das Edições*, realizada em 2010 e 2015 em Guimarães; a *DIY DIY My Darling* em 2014 e 2015 no Porto; *Matos em Festa* (renomeada como *Infesta*, a partir da 2ª edição em 2016) em Ovar; a *Dona Edite* no Montijo; a *Feira do Jeco*, realizada entre 2011 e 2014 no Porto; e a *F.E.I.A. - Feira de Edição Independente e de Autor*, organizada em Montijo organizada entre 2010 e 2014. Os editores independentes também se fazem presentes em eventos não prioritariamente relacionados a livros, mas com alguma abertura para o universo independente, nomeadamente zines e banda desenhada. É o caso por exemplo do *Necromancia*, que acompanha o Festival Milhões em Festa em Barcelos desde 2011, ou de mesas ou pequenos stands de coletivos presentes em festivais de cinema como o DocLisboa e o Motel/X, em Lisboa.

Num formato mais tradicional e com grande estrutura, as feiras organizadas pela Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (Apel) são um evento ancorado em grandes editoras. A Feira do Livro do Porto se realiza anualmente no início do mês de setembro, durante 17 dias nos Jardins do Palácio de Cristal. Já a Feira do Livro de Lisboa é montada no Parque

Eduardo VII, junto à Praça Marquês de Pombal, nas duas primeiras semanas de junho. Uma vez que pretendem promover e difundir o livro de língua portuguesa, designadamente o editado em Portugal, abrem espaço para quaisquer editores independentes, desde que associados à Apel, que se disponham a pagar pelo uso do pavilhão e a cumprir os procedimentos de 18 dias ininterruptos de feira.¹¹⁴ Em 2017, na Feira do Livro do Porto, a Chili com Carne divide um stand com a Blau, livraria e editora de arquitectura. Na 87ª Feira do Livro de Lisboa, as independentes Pierre von Kleist, Serrote e associação Chili com Carne dividem um pavilhão com a STET. Outras editoras independentes, como a & etc, tem seu catálogo vendido no pavilhão da Letra Livre, enquanto editoras independentes mais estabelecidas, como Antígona, Relógio D'Água, Tinta da China e Orfeu Negro têm pavilhões próprios.

O Amadora BD – Festival Internacional de Banda Desenhada é, como o nome sugere, o principal festival português dedicado à banda desenhada. Realizado anualmente pela Câmara Municipal da Amadora, tem programação focada em editoras *mainstream*, mas reserva entretanto espaço para editores independentes do país, tais como El Pep, Mmmnnrrrg, Clube do Inferno e outros.

Organizada pela STET – Livros e Fotografias, de Filipa Valladares, a Edit foi precedida por uma feira chamada Carpe Diem, que aconteceu no início dos anos 2010. Segundo Valladares, o Carpe Diem – Arte e Pesquisa, no Bairro Alto, organizava uma leitura de portfolio de fotografia feita por Márcio Vilela e Daniel Blaufuks, e associada a isso havia uma feira no jardim daquele estabelecimento. “A dada altura (...) optamos por fazer a feira noutra sítio, quando passou a chamar-se Edit, na Galeria Monumental, que também tem um jardim, que nos permite manter essa ideia de feira ao ar livre.”¹¹⁵ Encontro de editoras e livrarias especializadas, com edições de pouca visibilidade nas livrarias generalistas, a Edit busca incentivar a circulação de publicações e criar oportunidades de debate e encontro com um público mais vasto. Na primeira edição do evento, já na Galeria Monumental em 2016, estiveram presentes 1359, ATLAS, Cine Qua Non, Culturgest, Dois Dias, Fanzines e Martelos, GHOST, HiHiHi, Homem do Saco, Ideias no escuro, Inc., Kunsthalle Lissabon, Oficina do Cego, Pierre von Kleist, Pierrot le fou, Revista 4, Scopio, Fundação de Serralves, Sismógrafo, Sistema Solar, Stolen books e Tipo.pt. O programa de conversas, *Book talks/Edit*, teve a participação de projectos e espaços como a «Wrong Wrong», Kunsthalle Lissabon e Sismógrafo, e apresentação de livros, como *A Conclusão da Precedente*, de Ana Jotta, editado pela Culturgest. Foram também lançadas

¹¹⁴ De acordo com o Regulamento das Feiras do Livro de Lisboa e Porto de 1987.

¹¹⁵ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 139.

edições de Ideias no Escuro, Oficina do Cego, José Aparício Gonçalves, Senhora do Monte e GHOST.



FIGURA 23. Flyer de divulgação com o programa da Edit, em 2016. ©STET.

Organizada por Rui Silva, da Rouch’Nough, a *Pangeia – Supercontinente de Editores Independentes* iniciou-se em 2015 como uma feira que reunia um universo extenso de criadores alternativos e editores de livros de artista, fotolivros, zines, múltiplos, discos e cassetes. A segunda edição foi realizada em julho de 2016, no espaço Etic, em Lisboa.

O ZineFest.Pt, concebido pela Madame Zine e com apoio estrutural do Atelier 3 | 3, no Porto, propõe atividades que divulguem “o universo zine, a micro-edição, a auto-edição, a publicação independente e a cultura alternativa associadas aos livros e sobretudo aos fanzines”.¹¹⁶ Procedimento utilizado nas primeiras edições, a III edição do ZineFestPt, em dezembro de 2017, abre convocatória internacional para recebimento de trabalhos para alimentar uma colecção feita de doações com zines, livros de artista e arte postal feitos pelo mundo. Como estratégia de produção, a ZineFest convida voluntários para colaborar na montagem de exposições, decoração do espaço e procedimentos de organização. Em troca, os voluntários ganham ofertas. Essa estratégia rendeu apoio de 10 voluntários em 2016, o que os organizadores consideraram surpreendente, dado o tempo reduzido – cinco dias antes do evento. Cristina Alves, que responde pela Madame Zine e pela organização do “ZFPT”, acredita que o

¹¹⁶ Como descrito no blog da ZineFest. URL < <https://zinefestpt.wordpress.com/sobre/> >

interesse do público do Porto por eventos como este tem crescido, mas ainda há muito a trabalhar nesse sentido: “continuo a ver mais gente a fazer que gente a adquirir trabalhos”.¹¹⁷



FIGURA 24. Estratégia de chamada de voluntários para o MiniZineFest, maio de 2016, Porto.

Uma feira anual focada em livros de fotografia chega a sua sua oitava edição em 2017. A Feira do Livro de Fotografia de Lisboa é organizada por um grupo de fotógrafos que se identifica como “Os Novos Suspeitos”: João Miguel Baptista, Maria Lopes, Miguel Henriques, Pedro dos Reis e Fabrice Ziegler. A feira conta com o apoio institucional e colaboração do Arquivo Municipal de Lisboa / Fotográfico desde 2015, tendo as edições de 2016 e 2017 realizadas em sua sede, na Rua da Palma. Antes disso, a feira acontecia na Fábrica Braço de Prata, onde Ziegler, que coordena a feira, era responsável pela programação cultural. Espaço experimental de exposição, venda, discussão e debate em torno do livro de fotografia e das diferentes formas que este pode assumir, ocorre habitualmente no último fim de semana de novembro.

Em julho de 2016, o Cais do Sodré recebeu a primeira edição de um festival que festeja a palavra, ironicamente batizado com sua antítese: Festival Silêncio. Ocupando praças, cafés, danceterias e boates, a programação do festival ressignifica uma área da cidade que sofre os impactos do turismo e da gentrificação. Com programação aberta a diversos tipos de expressão

¹¹⁷ Em entrevista ao autor, por e-mail. Apêndices, p. 155.

artística, no campo da literatura o festival desafia editoras independentes a criar uma programação própria. Em 2017, Abysmo, Douda Correria/Mia Soave, Dois Dias Edições, Antígona, não edições, Flop, Do Lado Esquerdo, a tua mãe, Artefacto, Snob, Dois Dias, Triciclo, Mariposa Azual e Cidade Nua apresentaram seus catálogos e lançamentos, testando novos formatos de interação com o público, como o “Medley” da Dois Dias Edições, de Sofia Gonçalves e Rui de Almeida Paiva.

Mais recente feira de publicações independentes, em julho de 2017 é anunciada a Raia – Tráfico de Edições e Afins, agendada para os dias 21 e 22 de outubro de 2017, no espaço Anjos 70, antigo Regueirão dos Anjos. Provocativo e bem-humorado, em si mesmo uma peça literária envolvente e estimulante, merece ser reproduzido:

«Caros editores, estão convidados para participar na Raia.

A Raia será dos pequenos editores e dos artistas gráficos.

A Raia não tem apoios institucionais. A receita do aluguer das bancas será utilizada exclusivamente para as despesas decorrentes da organização. O espaço de uma banca pequena (de 1,5 m2, aproximadamente) custará 7 euros; o espaço de uma banca grande (de 3 metros aproximadamente) custará 14 euros. O aluguer do tampo e dos cavaletes de uma banca pequena acresce 10 euros ao valor indicado; o aluguer do tampo e dos cavaletes de uma banca grande, acresce 20 euros ao valor indicado.

O número de tampos e de cavaletes existentes é limitado. Preferencialmente, os editores devem assegurar o equipamento dos seus próprios expositores, incluindo os assentos.

Confirmem até dia 30 de Agosto a participação da vossa editora (...)

Contenção de fachadas, alta gastronomia, legislação sobre drones, heráldica, a invenção do primeiro caniche proveta, aparições divinas em superfícies arbóreas e o fabrico de suspensórios testiculares, de nada disto tratará o ajuntamento que agora se divulga. No ano em que se comemora o centenário da revolução russa, eis que um sportinguista com couperose, uma astrónoma de Estômbar e um galante proprietário de uma funerária decidem convocar foliões da Mafalala e madraços de Ofir para uma inesquecível feira das modéstias a decorrer nos dias 21 e 22 de Outubro nos Anjos 70, em Lisboa.

Poesia e música, fotografia e prosa, edições piratas e posters corsários, ilustração neo-barroca, deejaying sem maneirismos, workshops de jiu-jitsu, origami, feng shui, chop suey e outros segredos orientais, a revelação está para breve, a alegria certa e o sexo será inesquecível.

Um programa ideal para quem gosta de tudo e mais alguma coisa.

“A fronteira está na cabeça do branco”
Touro Sentado de Costas, 1870»¹¹⁸

¹¹⁸ Disponível em <URL <https://feiralaica.wordpress.com/2017/07/19/raia-traffic-de-edicoes-e-afins/> > [Consult. em 5/9/2017]

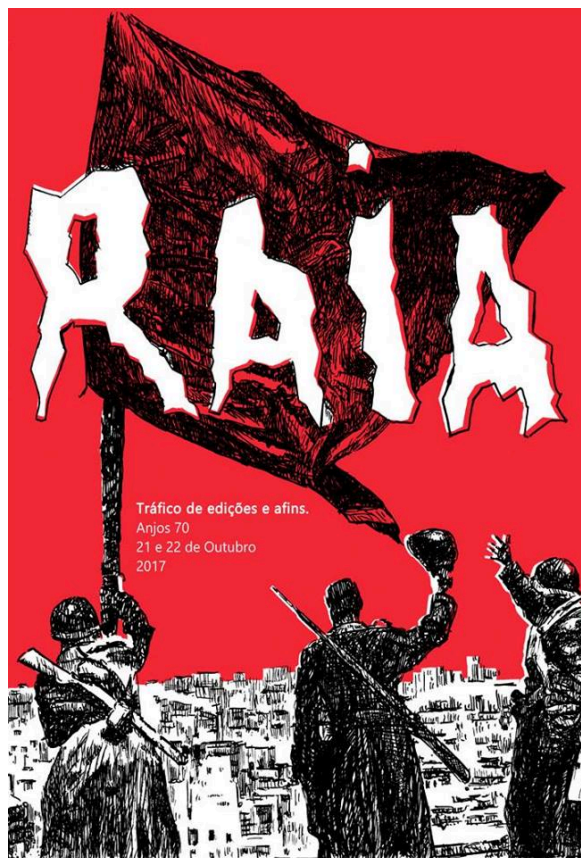


FIGURA 25. Cartaz da Raia – Tráfico de Edições,
Lisboa, 2017. Arte de João Fonte Santa

Pouco depois seria divulgado, no perfil d'O Homem do Saco no Facebook, o cartaz da Raia, desenhado por João Fonte Santa, bem como autores e editores confirmados. Além da exposição individual de João Fonte Santa, a Exposição Raia 70X100 confirma os autores Ana Biscaia, Ana Menezes, Ana Torrie, Bruno Borges, Bruno Dias, Cláudia Dias, Daniel Lopes, Daniela Gomes, Débora Figueiredo, Doutor Urânio, Hugo Henriques, João Concha, João Fonte Santa, João Maio Pinto, José Feitor, Luís França, Luís Henriques, Maria João Worm, Miguel Carneiro, Miguel Pereira, Pedro Burgos, Ricardo Castro e Tiago Albuquerque. Até à altura, tinha como editores confirmados 100 cabeças, Edições 50kg, Oficina Arara, Atelier Guilhotina, Chili com carne, Mmmmmnnrrrg (sic), Clube dos Tipos, Debut sur l'Oeuf/ Do Lado Esquerdo, Douda Correria, Edições do Tédio, Filipe Felizardo, Hélastre, Imprensa Canalha, Letra Livre, Livros de Bordo, Linha de Sombra, Maldoror, Momo, Mia Soave, Não edições, O Gato Mariano, O Homem do Saco, Oficina do Cego, Pianola, Papeleiro Doido, Serrote, Triciclo, Xavier Almeida e Small Press (Catarina Figueiredo Cardoso/ Isabel Baraona). Raia – Tráfico de Edições nasceu portanto como um significativo encontro da edição independente de Portugal. Os dois dias de feira tiveram pouco movimento, a confirmar algumas palavras de Luís

Alegre¹¹⁹, para quem o volume do público de Lisboa ainda não se traduz em vendas significativas nas feiras de edições.

Neste capítulo, apresentou-se um recorte dos pioneiros da produção portuguesa de livros de artistas e auto-edição no século XX, com base nas definições conceituais de Moeglin-Delcroix e Drucker, Romana e Muniz Jr. no sentido de contextualizar essa atividade portuguesa em consonância com as vanguardas internacionais. Cita-se também editoras de porte médio que surgem antes das grandes fusões e do mercado digital do livro. O capítulo fez também uma introdução ao legado de dois editores portugueses: Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite, que foi levado aos tribunais pela censura do Estado Novo e morreu no ostracismo em 1992; e Vitor Silva Tavares, quatro décadas editando apenas os livros em que acreditava, sem jamais ter enriquecido com este ofício.

A segunda parte, focada nos atores contemporâneos e suas estratégias, dividiu-se em duas secções para um panorama atual da edição independente em Portugal, seguido de um olhar sobre os sistemas alternativos de distribuição da publicação independente.

¹¹⁹ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 128.

Capítulo 4: Casos de estudo

A variedade de atividades que envolvem os intervenientes da edição independente portuguesa implicou a escolha de diversos casos de estudo, de modo a obter a maior representatividade possível deste panorama. No campo da edição independente observa-se a existência de editoras com perfis amplamente diferenciados em termos de estrutura e objetivos. Os casos de estudo selecionados tentam contemplar editoras mais estruturadas em termos comerciais, com catálogo e objetivos diversos, mas também atores que contribuem para a distribuição de publicações alternativas às oferecidas pelas grandes redes livreiras. Os casos de estudo são examinados, com maior detalhe, no que diz respeito aos seguintes pontos: modelo de negócio e financiamento, formas de elaboração do produto, relação com editores e leitores, relação com plataformas e produtos digitais, e objetivos como editores ou fomentadores do livro. Os casos de estudo foram definidos à medida que se mapeava o circuito de editores e distribuidores em Portugal. São os seguintes:

a) **Associação Chili com Carne**, coletivo fundado em 1995 por Marcos Farrajota, João Fazenda, Pedro Brito e Rafael Gouveia. Atualmente é dirigida por Farrajota, Afonso Ferreira, RUDolfo, Joana Pires e Amanda Baeza. Reúne vários selos editoriais, com ênfase em temas como a banda desenhada, o romance e a poesia experimental. Integram a Chili com Carne os selos Mmmnnrrrg, Clube do Inferno, El Pep e Opuntia Books. Impressão média: 500 exemplares;

b) **Stolen Books**, chancela de livros de artista fundado pelo artista plástico Luís Alegre em 2013, ligado ao estúdio e gráfica Ideias com Peso / Stolen Prints, no Bairro Alto. O seu catálogo atual dispõe de 40 títulos, com uma impressão que varia entre 50 a 300 exemplares;

c) **STET**, um ponto de venda focado em livros de artista e autoedição no Bairro Alto, em Lisboa. Foi aberta em 2011 pela comissária Filipa Valladares e pelo fotógrafo Paulo Catrica;

d) **XYZ**, fundada em 2015 pelos fotógrafos Tiago Casanova e Pedro Guimarães, é uma pequena e recente editora de livros de fotografia, a funcionar em conjunto com o atelier A Ilha, no Bairro das Colónias. Ainda com menos de dez títulos no catálogo, tem impressão média de 100 exemplares.

e) **O Homem do Saco**, associação cultural com foco em produção tipográfica e *letterpress*, situada na região de Santos, em Lisboa. Reúne desde 2013 dez pessoas de formações profissionais distintas, com interesse comum em produzir pequenos projetos editoriais, não necessariamente com fins lucrativos.

4.1. Chili com Carne



“Não há glória em fazer parte de esquemas mercantilistas e, para quem vem dos zines como nós, só vale a pena fazer edições quando temos algo de orgânico, vivo e desregulado para materializar.”

Marcos Farrajota, *Boring Europa*

O percurso pelo universo das publicações alternativas em Portugal, nas últimas duas décadas, apresenta várias ligações com as atividades da Associação Chili com Carne. Sem sede fixa, a “CCC” agrega selos de editores oriundos do mundo dos fanzines lisboetas da década de 1990 que uniram esforços no sentido de otimizar a produção gráfica e a distribuição de novos escritores e ilustradores portugueses. Oficialmente, a Associação inicia-se em 1995. O resultado de duas décadas de atuação contínua é um vasto catálogo, com coleções diversas e estilos variados dentro da banda desenhada, do romance e da poesia. Como filosofia, a Chili com Carne desenvolve projetos com base em **decisões coletivas**, focando-se prioritariamente em produção nacional e do próprio grupo. Um dos nomes mais identificados com este coletivo, o editor Marcos Farrajota responde também, junto com a designer Joana Pires, pelo selo Mmmnnrrrg¹²⁰. Esta chancela é focada em “vozes autorais que não sejam fáceis de catalogar”, o que a aproxima do conceito de Arte Bruta.¹²¹

Modelo de negócio e financiamento

¹²⁰ Eventualmente grafada também como MNRG.

¹²¹ A expressão ‘arte bruta’ (em francês, *art brut*) foi concebida por Jean Dubuffet, em 1945, para designar a arte produzida por criadores livres da influência de estilos oficiais ou das imposições do mercado de arte.

Sem fins lucrativos, o funcionamento da Associação Chili com Carne assenta na cooperação livre e espontânea dos seus associados. Para tornar-se sócio é necessário pagar uma quota de 30 euros (15 euros se for menor de 30 anos), e enviar por email dados como o nome, a morada e a data de nascimento. As “regalias” de pertencer a esta Associação são: oferta de um exemplar da antologia *Futuro Primitivo*¹²², 30% de desconto sobre edições, informação em primeira mão sobre projetos do colectivo, apoio a projetos editoriais e descontos no uso do projetor de vídeo.¹²³ Anualmente pede-se uma quota de 10 euros. Este sistema de sócios conta com 209 sócios inscritos¹²⁴ e, segundo Marcos Farrajota, cerca de metade dos sócios torna-se activa, em termos de consumo ou colaboração. Para além do sistema de sócios, a Chili com Carne tem parcerias pontuais com alguns apoiantes, como o selo fonográfico Clanfeed Records, que hospedou exposições na loja, o Instituto Português do Desporto e Juventude e a empresa de tecnologia Make It Simple, que hospeda o *site* da Chili com Carne a preços módicos de manutenção. O sistema de quotas dos associados, juntamente com subsídios do Estado e da venda de exemplares são o tripé financeiro que permite a este colectivo trabalhar com algum desafogo, ainda que à custa de sacrifícios pessoais para fazer livros quase a custo zero: “Tirando a gráfica, raramente os autores, designers, tradutores e editores são remunerados nos projetos.”¹²⁵ A CCC tenta estabelecer parcerias com outras editoras para amortizar custos de impressão, armazenamento e partilhar *know-how*, a exemplo do que já foi feito com a Bicicleta, El Pep, Faca Monstro, Mmmnnnrrrg, The Inspector Cheese Adventures, Thisco, You Are Not Stealing Records, e a nível internacional, com os festivais AltCom (Suécia), Crack (Itália) e o colectivo Stripburger (Eslovénia).

As formas de elaboração dos produtos

De uma forma geral, qualquer associado da Chili com Carne pode propor uma publicação e contar com a estrutura de divulgação e distribuição desenvolvida pelo coletivo: “Os sócios da CCC com projectos editoriais poderão solicitar o apoio no campo da produção, distribuição e promoção. A selecção de projectos será discutida consoante cada caso”. Quem deseja publicar

¹²² *Futuro Primitivo* foi uma antologia de trabalhos com a participação de todos os artistas associados à Chili com Carne, que resultou também numa exposição em 2011.

¹²³ Como descrito em <http://www.chilicomcarne.com>

¹²⁴ Até abril de 2017, segundo e-mail de Farrajota enviado ao autor.

¹²⁵ *Manual prático de uso da CCC*. Disponível em < <http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2017/01/manual-pratico-de-uso-da-ccc-66.html> > Algumas fontes e entrevistados não adotaram o novo acordo ortográfico.

na editora tem de ler, imperativamente, o *Manual Prático de Uso da CCC*.¹²⁶ A associação não reedita edições esgotadas, optando por investir em novos projetos. Uma vez esgotadas, as edições são disponibilizadas em PDF, no *site* da CCC, ou na plataforma Issuu. O Depósito Legal garante a presença de exemplares impressos na Biblioteca Nacional, e a maior parte do catálogo encontra-se disponível na BLX¹²⁷, especialmente, na Bedeteca de Lisboa, nos Olivais. A associação tenta atender ao que define como *bibliodiversidade*: uma diversidade de catálogo de modo a contemplar uma ampla gama de interesses e formatos, para além do universo da banda desenhada: “A diversidade de estilos e a oferta artística poderão criar alguma confusão nos leitores que muitas vezes querem ‘mais do mesmo’, mas connosco não funciona assim, pedimos desculpas pelo incómodo...”, diz o referido *Manual*, no *post* sobre bibliodiversidade.¹²⁸

Os objetivos como editor

Para a avaliação de projetos, a Chili com Carne conta com uma direção editorial composta por Margarida Borges, Marcos Farrajota, Afonso Ferreira, Amanda Baeza e Rudolfo, havendo mais seis integrantes da Associação que funcionam como consultores nas decisões da Direcção. Em geral, a CCC dá prioridade a projetos de novos autores, “sobretudo trabalhos que desafiam a modorra literária e artística”, como preconiza o seu breve manual. Numa análise sobre a coletânea *Boring Europa*, Pedro Moura escreve no blog Ler BD que os projetos de Farrajota têm sido sempre pautados por uma procura muito específica de um certo tipo de humor embrulhado em posicionamento político, e que a nova configuração da CCC “tem garantido à continuidade desse gesto uma mais nítida politização, uma entrega mais moldada a uma certa resistência - estética, estrutural, moral, social”.¹²⁹ Moura afirma ainda:

“Quase todas as histórias (...) são também testemunho de variadíssimas práticas alternativas. Não apenas da cultura (música, artes visuais, festas, feiras) mas também das práticas propriamente ditas. Ou seja, da angariação de fundos, da organização de eventos, na forma como se gere um fundo de maneio, nos modos como se criam alternativas ao(s) mercado(s) convencional(ais), como se recebem os convidados, da cozinha à dormida, e sem esquecer aspectos de turismo, que tanto pode incluir os modelos monumentais de sempre como caminhos desviantes e conducentes a experiências incríveis.” (Moura, Ler BD, 6/1/2012)

¹²⁶ O manual é uma série de seis posts publicados por Farrajota em janeiro de 2017, no qual se detalham orientações sobre a política de envio de exemplares, edições esgotadas, distribuição, diversidade editorial do catálogo, difusão e projectos.

¹²⁷ Rede de 15 bibliotecas públicas de Lisboa.

¹²⁸ Disponível em <<http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2017/01/manual-pratico-de-uso-da-ccc-66.html>>

¹²⁹ Moura, Pedro, blog Ler Bd, 6/1/2012. Disponível em: <<http://lerbd.blogspot.com.br/2012/01/boring-europa-aavv-chili-com-carne.html>>



FIGURA 26. *Boring Europa*. Vários autores.
© Chili com Carne / Mmmnnrrrg, 2013.

A análise de Moura reforça que, ao privilegiar trabalhos que “desafiam a modorra literária e artística”, os editores da Chili com Carne, Farrajota à frente, podem inequivocamente ser vinculados a uma tradição de editores portugueses *larvares*, sem endereço comercial, como a Afrodite de Ribeiro de Mello, ou *paralelos*, como Vitor Silva Tavares, anteriormente estudados. Farrajota vincula a edição independente à liberdade de conteúdos: “se censura e auto-censura entram no livro é porque algo correu mal. É a fórmula dos fanzines: quanto menos dinheiro, mais liberdade. Se começa a haver dinheiro, a liberdade vai baixando. Mas pode haver um equilíbrio, que continua a ser interessante sem compromisso.”¹³⁰

O processo de distribuição

Os livros da Chili com Carne contam com um serviço de distribuição autónomo. Além disso, há a venda na internet, que segundo Farrajota corresponde a uma boa parte das vendas. Entre 2000 e 2004, os livros da associação foram distribuídos pela editora Witloof, parceria considerada “exemplar”. Entre 2004 e 2014 não se conseguiu nenhuma distribuidora que fosse fiável, seja por constantes falhas de pagamento a editores pequenos¹³¹, seja pela resistência à banda desenhada de uma forma geral e mais ainda à BD de autor. Diante desse impasse, a Chili

¹³⁰ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 120.

¹³¹ Referência à malfadada experiência com a Great Point / Papiro / Buk em 2010, que resultou em processo judicial que se estendeu até 2012.

com Carne chegou a sugerir no seu manual que os próprios associados “distribuíssem” os exemplares. Bastava que cada associado aproveitasse o desconto de 50% a que tem direito, para adquirir, dentro das suas possibilidades, um ou mais exemplares de cada título para os presentear à sua rede de amigos: “Sabemos que os nossos livros têm qualidade para serem oferecidos a amig@s normais, namorad@s anormais, a elementos da família disfuncional e outros animais racionais. A ideia é que adquiram livros nossos em detrimento a compras às grandes editoras que foderam (não há outro termo, desculpem) o mercado livreiro”, argumenta-se no Manual de uso da CCC¹³². Entretanto, desde 2014 os livros são oficialmente distribuídos pela Europress, e o desconto de 50% dos associados foi reduzido para 30% desde 2017.

A relação com o autor e o leitor

Farrajota acredita que parte dos associados, com o passar dos anos, perde o interesse pela associação e deixa de ter uma relação assídua com o catálogo. Sempre presente em feiras ou mesas improvisadas em festivais de música, cinema ou qualquer coisa relacionada com a banda desenhada, além de memória viva da cena *underground* portuguesa, Farrajota não parece satisfeito, nem acomodado. Ao mesmo tempo que edita, como testemunha ocular e interveniente histórico, a memória da cena punk portuguesa¹³³, Farrajota vai ao encontro de estudantes, num claro esforço de renovação do seu público. Oficialmente, a direção da Chili com Carne afirma não ter nenhum interesse, ao contrário das editoras comerciais, em vender "gato por lebre". “É verdade que os nossos livros são todos eles muito diferentes entre si porque trabalhamos com AUTORES e não com robots, putas ou fantasmas.”¹³⁴ Em relação ao leitor, a Chili com Carne dispensa os que esperam mais do mesmo, como mencionado anteriormente, e dos associados pede cumplicidade, crítica e cooperação na distribuição.

A relação com o digital

Ao longo dos anos, a CCC tem definido, de forma cada vez mais precisa, a vertente de atividades para a qual se vê mais vocacionada, a saber, a edição em suporte de papel. Questionado sobre a relevância do impresso nos tempos que correm, Farrajota¹³⁵, não só não crê num avanço do formato digital sobre o impresso, como refuta firmemente quaisquer

¹³² Texto transcrito sem alterações. Disponível em: <<http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2017/01/manual-pratico-de-uso-da-ccc-36-os.html>>

¹³³ *Corta-E-Cola / Punk Comix* de Afonso Cortez e Marcos Farrajota, lançado em 2017.

¹³⁴ Como descrito em: <<http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2017/01/manual-pratico-de-uso-da-ccc-36-os.html>>

¹³⁵ Em entrevista ao autor.

premissas que apregoem a decadência dos suportes impressos. Como nas muitas mortes anunciadas do impresso desde o início do Século XX, Farrajota recorda o momento em que o *walk-man* anunciou a morte da rádio e dos discos até se transformar num *gadget* que pouco tempo durou e que ficaria restrito à cultura dos anos de 1980.

Breve análise do catálogo

A preferência por novos autores e a procura pela hibridização de estilos redundam, eventualmente, em livros coletivos como *Mutate & Survive* (2001), *Massive* (2010), *Futuro Primitivo* (2011), *Boring Europa* (2013) e *Lisboa é very very typical* (2014), para além de livros “a solo” de autores diversos. O catálogo da Chili com Carne é estruturado em coleções, cujos formatos mudam porque “não há regras rígidas a seguir”¹³⁶:

a) a "Coleção CCC" é dedicada à fragmentação: poesia, (anti)romance, ilustração e BD. Atualmente com 19 títulos, é iniciada em 2000 com *Textos mais ou menos poéticos*, de Rafael Dionísio. Aqui, destacam-se: a já citada antologia internacional *Mutate & Survive*, com mais de 70 autores de 16 países, *Mystery Park*, um caderno de esboços de André Ruivo e o romance gráfico *Santa Camarão* (2017), baseado na vida do pugilista José Soares Santa, desenhado por Xavier Almeida e escrito por Pato Bravo.

b) "Mesinha de Cabeceira" zine de BD criada em 1992 entre Cascais e o Barreiro por Marcos Farrajota. A publicação dispõe de 28 números, publicados em permanente mudança de formatos e ideias, que incluem, essencialmente, trabalhos de autores portugueses e de vários nomes internacionais.

¹³⁶ Segundo Farrajota, por email.



FIGURA 27. Capas de Mesinha de Cabeceira #25 e #26. Marcos Farrajota.

©Chili com Carne / Mmmnnnrrrg

c) "Mercantologia" é dedicada à reedição de material do mundo perdido dos zines. Nesta coleção, para além das compilações de BDs autobiográficas de Farrajota da década de 1990, merece destaque a coletânea *Revisão* (2016), editada pelo autor, com o arranjo gráfico de Joana Pires. Esta coletânea reúne BDs publicadas na revista *Visão* e foi lançada, precisamente, 40 anos depois do fim da icónica revista *Visão*, “uma revista improvável num país com graves problemas económicos mas que se apresentava nas bancas com ar luxuoso, cores ácidas e brilhantes, temáticas políticas e libertárias.”¹³⁷ Pela sua temática e estética, as BDs da revista *Visão* sinalizam um ponto de viragem e de ruptura com o regime.

¹³⁷ Como descrito no blog Chili com Carne. Disponível em URL
<<http://chilicomcarne.blogspot.com.br/search?q=revis%C3%A3o>>



FIGURA 28. *Revisão*. Arranjo gráfico de Joana Pires.
©Mmmnnrrrg. Disponível: <http://chilicomcarne.com>

No lançamento de *Bruma*¹³⁸, uma compilação de histórias curtas de Amanda Baeza, Farrajota comentou que este formato [histórias curtas] se perdeu por imposições de mercado, o que segundo ele dificulta o surgimento de novos autores.

d) "THISCOvery CCChannel", coleção de ensaios, entrevistas e ficção, co-editada com a editora de música electrónica Thisco, com colaborações de Hakim Bey, Critical Art Ensemble, Aesthetic Meat Front e Boyd Rice.

e) "Low CCCost" é uma coleção de livros de viagem que inclui as já citadas coletâneas *Boring Europe* (2013), *Lisboa é very very typical* (2014) e o split-book¹³⁹ *Deserto / Nuvem* (2015), de Francisco Sousa Lobo. A coletânea *Zona de Desconforto*, já esgotada, foi considerada o Melhor Álbum Português pela BD Amadora, no ano de 2014.

Paralelamente às coleções da Chili com Carne, no selo MNRG salientam-se as seguintes obras: *Sourball Prodigy* (2002) de Mike Diana, autor preso por "obscenidade" e proibido de desenhar – "o primeiro no mundo ocidental!", segundo seu editor português; *Subsídios* (2010), livro que inaugura a parceria entre Farrajota e Pires, e que é possivelmente a primeira publicação sobre arte bruta em Portugal; *Papá em África* (2014), "livro que deu polémica num

¹³⁸ *Bruma*, de Amanda Baeza, foi lançado na Feira Morta, em 26/3/2017, no espaço informal conhecido como Estrela, ex-Laboratório.

¹³⁹ Formato de encadernação em que dois volumes são emendados, de modo a criar um objeto com duas capas.

país sem o seu passado colonial resolvido”¹⁴⁰; e *Acontorcionista* (2011-...), definido como um “manifesto erótico” que inclui a produção de vários objetos gráficos (até ao momento contabilizam-se três).

O investimento no formato impresso, face ao avanço das plataformas digitais, não deve ser considerado um trabalho utópico, segundo Farrajota. Pelo contrário, este editor independente chega a rechaçar qualquer condição utópica na sua atividade: “Não há nada de utópico, uma tecnologia não substitui a outra. Sempre vai haver alguém que vai usar máquinas a vapor e tear antigos... [risos]” (sic). No panorama da produção e da distribuição, Farrajota acredita que a tecnologia trouxe mais confusão do que outra coisa qualquer: “Os valores da produção e da distribuição continuam a ser super tradicionais. Uma boa crítica no *Ipsilon/Público* continua a valer imenso para o livro ser promovido do que ter 500 amigos no Facebook.”¹⁴¹ Embora cético em relação aos processos, não abre mão da sua liberdade como editor. Questionado sobre o que é ser um editor independente nos tempos que correm, o autor refere-se prioritariamente à liberdade de conteúdos: “Se censura e auto-censura entram no livro é porque algo correu mal.” A propósito, lembra a antiga fórmula dos fanzines: “quanto menos dinheiro, mais liberdade.”¹⁴²

4.2 Stolen Books



“Não acredito na morte das coisas.”

Luís Alegre

Ao acumular arquivos PDF de procedência “ilegal” numa pasta chamada “Stolen Books”, o estudante Luís Alegre estava, sem saber, a dar nome ao projeto editorial que viria a ter anos

¹⁴⁰ Farrajota, em entrevista ao autor. Apêndice, p. 120.

¹⁴¹ Em entrevista ao autor.

¹⁴² Idem.

mais tarde. Voltada para projetos experimentais e artísticos, a Stolen Books usa o Mancha Negra de Walt Disney no seu logótipo e desenvolve projetos um a um, calculadamente.

O modelo de negócio / financiamento.

Como editora, a Stolen Books não tem o objetivo prioritário de dar lucro, embora não possa dar prejuízo, como afirma Luís Alegre.¹⁴³ Se a prestação de serviços de criação gráfica, no atelier de design de comunicação Ideias com Peso, e de serviços de impressão, na Stolen Prints, são suficientes para manter uma ativa equipa de trabalho, o selo Stolen Books lança uma edição à medida que a anterior se paga, ao atingir o *break even point*¹⁴⁴. Alegre é da opinião que todos os envolvidos no processo devem ser remunerados, o que faz com que o exemplar não tenha um preço de venda muito acessível. É uma opção consciente: as vendas são mais lentas e o retorno do investimento também. No entanto, o catálogo da Stolen Books acaba por se pagar sem comprometer as finanças da Ideias com Peso.

As formas de elaboração dos produtos

Os projetos experimentais da Stolen Books são desenvolvidos no mesmo estúdio em que se realizam os trabalhos para grandes editoras como Leya. Neste sentido, o experimentalismo dessas edições tem uma dimensão complementar e sinérgica com o trabalho do atelier Ideias com Peso. O selo afirma-se a partir da autoedição e do livro que não existiria nos moldes de uma editora comercial. Ao jornal Público, Alegre afirma: “Com a auto-publicação gozo de uma enorme liberdade para poder fazer aquilo que me apetece. Os livros são mais cuidados do ponto de vista gráfico dos materiais.”¹⁴⁵ As pequenas tiragens, em média com 50-100 exemplares, têm um preço mais elevado por unidade, em relação à média de mercado. A impressão digital, a substituir o padrão off-set, trouxe novas possibilidades para pequenos editores, em especial no campo dos livros de autor, ou de artista. Alegre, que no início chegou a trabalhar com tiragens mínimas de 300 exemplares, rapidamente percebeu que se mantivesse esse padrão encontraria dificuldades para escoar em tempo hábil os livros, o que geraria problemas de armazenamento. Daí optar por tiragens que raramente superam 100 exemplares.

Os objetivos como editor

¹⁴³ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 128.

¹⁴⁴ Jargão do meio editorial, *break even point* refere-se ao ponto de venda que paga a edição, ou seja, em que todos os custos de produção são equiparados aos das vendas. A partir de então, toda venda é considerada lucro.

¹⁴⁵ *Stolen Books: os livros esta editora nunca serão best-sellers*. Disponível em URL <http://p3.publico.pt/cultura/livros/10796/stolen-books-os-livros-desta-editora-nunca-serao-best-sellers>

Cruzando as fronteiras conceituais de diversas áreas como as artes plásticas, o cinema, o vídeo, a fotografia, o design, a publicidade, a música e a literatura, Alegre, como editor, quer materializar obras autorais com técnicas refinadas de impressão, o que habitualmente implica uma tiragem reduzida. O projeto apresenta-se como independente e busca dar corpo a trabalhos “cuja ausência constitui uma ofensa ao mercado internacional de livros”.¹⁴⁶ O catálogo trabalha com nomes reconhecidos no mundo da arte, mas também aposta em talentos promissores. Sem comprometer as finanças da empresa, o catálogo da Stolen Books vem, deste modo, agregar um valor comercial ao atelier de design Ideias com Peso e também à Stolen Prints, que presta serviços gráficos em geral.

O processo de distribuição

Distribuídos em livrarias de “nicho”, como a STET em Lisboa e a Inc. no Porto, os livros da Stolen Books são também vendidos pela internet, no site de mesmo nome. Segundo Alegre, através da internet efetua-se uma parte considerável das vendas totais. Um outro eixo de distribuição são as feiras. Alegre aponta para a internacionalização da editora, uma vez que Portugal não tem, segundo o editor, público suficiente para uma atividade rentável nas “feiras de nicho”. Sobre a relação das feiras com o livro de artista, pondera:

“As feiras rentáveis são as que se passam em grandes metrópoles, porque apesar de tudo o interesse pelo livro de artista continua a ser muito limitado. Só em cidades com muita gente consegues encontrar 20 ou 30 mil pessoas interessadas em livros de artista. Eu já estive em feiras pequenas na Europa. Não digo que essas feiras não tenham interesse e que não são significativas do ponto de vista das vendas. Fazem-se contatos, conhecem-se as pessoas e vende-se, mas não o suficiente. Se todas as feiras fossem assim, deixavas de ir, pois os gastos são muito maiores que os proveitos. Mas quando vais a uma feira como a Plana, de São Paulo, mesmo com a crise atual é altamente rentável para toda a gente.”¹⁴⁷

Desta forma, a Stolen Books esteve presente em eventos recentes, em Tóquio, Nova Iorque, São Francisco e São Paulo (Feira Plana), que apresentam grande volume de público e vendas, para além de novos contatos.

A relação com o autor e o leitor

Quando Alegre publica o livro *[No Audio]*, que inaugura a Stolen Books em 2013, alguns dos seus amigos, colegas e conhecidos ligados às artes visuais demonstraram interesse em associar-se à pequena e recém-criada editora. No mesmo ano publicam-se os livros *Grey Matter*, de Miguel Palma e Red Label, dos irmãos TOYZE, sempre destinados a um “nicho” de

¹⁴⁶ Como descrito na apresentação do *site* da Stolen Books. URL <<http://stolenbooks.pt>>

¹⁴⁷ Luís Alegre, em entrevista ao autor.

mercado, de procura limitada: “Temos consciência de quem é o nosso público e do momento em que estamos a viver. Se calhar há cinco anos editava 1000 livros. Hoje há menos gente interessada em comprar.”¹⁴⁸

A relação com o digital

Alegre concorda¹⁴⁹ que estamos a viver um momento de hegemonia do digital. O editor acredita, porém, que é precisamente nestes momentos que aparentam ser de mudança ou de fractura, que um conjunto de pessoas, instituições, organismos, etc., começam a repensar, de alguma maneira, os modelos do passado que até agora têm sido estruturantes, como aqueles que dizem respeito à problemática do impresso: “A verdade é que todos os simulacros de livros que o sistema digital tem vindo a experimentar são como em tudo momentos que aparentam matar o suporte tradicional, mas que apenas o atingem, não chegam a matar, como o vídeo não matou o rádio e o rádio não matou o espetáculo ao vivo, enfim. Acho que nesse contexto surgem sempre mais certezas, e a certeza é que uma coisa não substitui a outra. (...) Continua a ser determinante a materialização da obra.”¹⁵⁰

Análise do catálogo

A autopublicação de Luís Alegre [*No Audio*] inaugura o catálogo da Stolen Books. Encadernação clássica de pequeno formato e capa dura é impresso com 50 cópias em off-set com pantones. Oriundo das artes visuais, Alegre discute na obra a apropriação de imagem de universos como publicidade e cinema, conceito sintetizado no nome da editora e que está presente em quase todas os 40 títulos deste catálogo.

¹⁴⁸ Em entrevista ao Público, 11/2/2014.

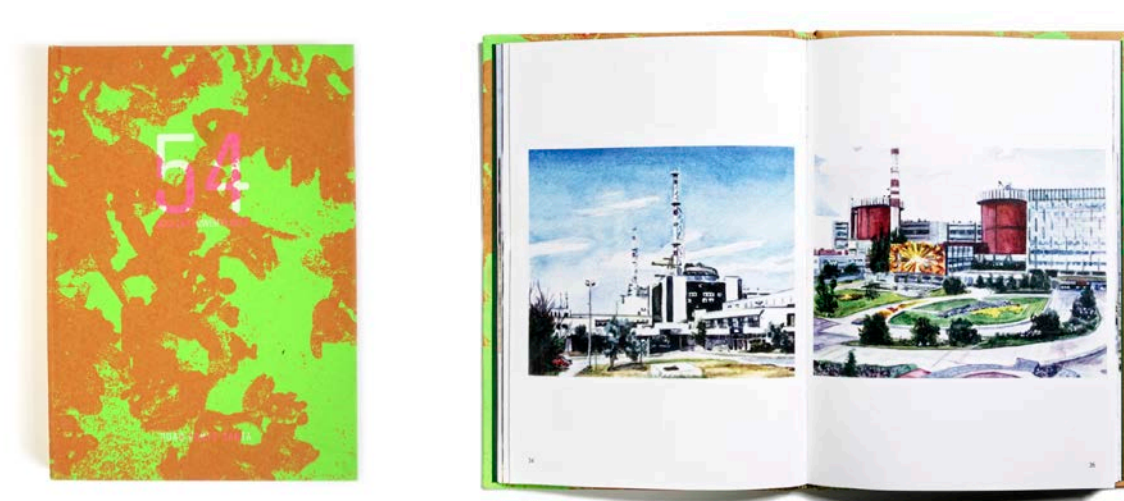
¹⁴⁹ Em entrevista ao autor.

¹⁵⁰ Idem.



[No Audio], Luís Alegre. ©Stolen Books, 2013. Disponível em <http://stolenbooks.pt>

54 Nuclear Power Plants, de João Fonte Santa, reproduz pequenas aguarelas feitas a partir de imagens da internet e remete a clássicos do livro de artista como *Twenty-Six Gasoline Stations* de Ed Ruscha. O uso da aguarela dá ao livro um tom irónico: emprestam um ar pitoresco a paisagens nada pitorescas. Responsável pela concepção da capa, Luís Alegre explica o processo de produção¹⁵¹ com serigrafia duas cores, verde e rosa fluorescente, que sobrepostas levam a um aspecto de oxidação de metal, imprevisto em alguma medida e complementar ao tema da publicação. Impresso em maio de 2014, tem já os 50 exemplares esgotados.



54 Nuclear Power Plants, João Fonte Santa. ©Stolen Books. Disponível em <http://stolenbooks.pt>

¹⁵¹ Em entrevista a Ana Romana. Disponível em URL <<http://tipo.pt/index.php/pt/luis-alegre>>

Oriundo do graffiti, o coletivo de artistas Germes Gang, sediado em Lisboa, publica em março de 2016 *Bootleg Grocery*, um livro de 64 páginas composto de desenhos feitos a canetas de feltro¹⁵², deliberadamente prosaicos, tais como equipamentos domésticos e situações cotidianas banais. A rede de seguidores e fãs do coletivo propiciam um caso de “sucesso” do editor Luís Alegre, que viu aqui um de seus livros pagar-se já na pré-venda. O mesmo livro é no ano seguinte reimpresso numa edição económica, “low budget”. Os Germes Gang lançariam em dezembro de 2017 seu segundo livro pela Stolen Books, *Jetset di Street*, desta vez com uma tiragem de 300 exemplares, seis vezes maior que a do livro anterior.



Bootleg Grocery, Germes Gang. ©Stolen Books. Disponível em <http://stolenbooks.pt>

Em parceria com a escola de fotografia Hélice, composta por Duarte Amaral Netto, João Paulo Serafim, Rodrigo Taveira Peixoto e Valter Ventura, o número zero da revista *Propeller*, com coordenação editorial de Sofia Silva, é apresentado em junho de 2017 em Lisboa. Semestral, tem tiragem de 100 exemplares e teve o número 1 lançado em dezembro do mesmo ano, apresentado numa caixa com diversos produtos gráficos cuja estética dialoga com experiências visionárias como a norte-americana *Aspen*.

¹⁵² No Brasil, são chamadas de canetas hidrocores.



Propeller #1, ©Stolen Books. Disponível em <http://stolenbooks.pt>

4.3. STET – Livros & fotografias



A STET – livros & fotografias é uma associação cultural que tem por base uma livraria especializada em livros e fotografias, edições de autor, livros de artista e teoria da imagem. O projeto nasce da vontade de estabelecer uma plataforma crítica de discussão e divulgação de livros e fotografias, orientada para a promoção de publicações de artistas nacionais e a importação de livros de editoras internacionais.¹⁵³ Projeto conjunto da curadora Filipa Valladares e do fotógrafo Paulo Catrica, a loja abre em junho de 2011, num 1.º andar na Rua do Norte¹⁵⁴, no Bairro Alto, precisamente num período que coincide com o início de uma forte crise financeira em Portugal. Sobre esse momento, Filipa comenta:

“Quando abrimos, era um *boom* de interesse: não havia nenhuma livraria de fotografia, a Fnac já tinha decrescido um bocado a qualidade, e então todas as pessoas que tinham algum interesse em fotografia ficaram muito interessadas, e os eventos eram sempre rentáveis na altura. Depois, com a manutenção e o aumento da crise, as pessoas começaram a ter mais medo de gastar dinheiro e começaram a ter menos dinheiro. Muita gente começou a ficar desempregada e começámos a sentir que a coisa começou a ficar mais restrita a alguns poucos colecionadores, que compravam regularmente. Quando a crise aumentou, parou. Ninguém comprava absolutamente nada”¹⁵⁵

A loja sobreviveu aos anos de crise, e mais recentemente um público renovado, formado em grande parte por ex-alunos das Belas-Artes, dá fôlego às atividades da STET. Com as características comerciais do novo endereço, na Rua da Atalaia e a ampliação do horário da loja, espera-se, igualmente, um aumento de público.

¹⁵³ Como descrito no sítio da STET. Disponível em <http://stet-livros-fotografias.com/sample-page/>

¹⁵⁴ A STET permanece neste endereço até outubro de 2017, quando se transfere para uma montra na Rua Atalaia, também no Bairro Alto.

¹⁵⁵ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 139.

O modelo de negócio / financiamento

No que diz respeito à rentabilidade do projecto, Valladares afirma que o dinheiro gerado pela Stet é praticamente todo utilizado na sua manutenção. Segundo as suas próprias palavras: “As pessoas que trabalham cá recebem em livros. E eu também.”¹⁵⁶ Os colaboradores são normalmente estudantes ou pessoas que têm um interesse na proposta. O facto da Stet não ter uma atividade eminentemente lucrativa é menos uma escolha e mais uma contingência, segundo Valladares: “A escala de Portugal e a escala da STET, neste momento, são estas.” Em fins de 2017, o projeto vê-se perante a expectativa de funcionar noutra espaço, numa loja de rua, com montra. “Se ao fim de um ano isso se tornar inviável na mesma, se calhar tenho de repensar esse modelo. Esse modelo tem como intenção um lado muito didático, que eu acho importante e que eu tenho batalhado para conseguir manter apesar de não ganhar dinheiro, mas não pode ser eterno.”¹⁵⁷ Uma opção à loja seria ‘fechar tudo em casa’, deixar de ter os custos de um espaço público e vender só online, o que para Valladares significaria a perda de um componente importante da experiência, que é a “partilha”: “Isto é tão pequenino, e às vezes as pessoas chegam aqui e encontram alguém que já conheciam. Já me aconteceu de duas pessoas de uma cidade do Brasil encontrarem-se aqui por acaso. Num sítio tão pequeno como este, muitos colecionadores conhecem os autores, o que acaba por criar essa dinâmica.”

Diante das grandes redes que minam a possibilidade de pequenas livrarias se manterem, Valladares vê cada vez mais sentido na ideia de livraria de nicho: “Aquilo que eu posso oferecer na minha livraria é um conhecimento mais especializado sobre uma série de livros e acima de tudo abrir portas, aproximando interesses de uma forma como a Amazon faz, mas ao vivo. Isso já não existe nas grandes livrarias.”

Os objetivos como editor e distribuidor

A STET propõe-se, desde o início, a ser uma “livraria de nicho”, com um acervo representativo da produção contemporânea de livros de artista e da autoedição fundamentalmente portuguesa, mas sem regras muito rígidas. Espaços como a STET são um ponto importante da cadeia de produção do livro, porque ajudam a dar sentido a algumas produções que não encontram espaço em livrarias estritamente comerciais. Com uma atividade na qual a distribuição e a edição se complementam, Valladares define a primeira como a sua prioridade: “Editar é uma coisa, distribuir é outra. Uma das razões por que não editamos mais livros na STET é que não há dinheiro para fazer tudo, senão editaríamos mais livros. Prefiro

¹⁵⁶ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 139

¹⁵⁷ Idem.

apostar em fazer feiras ou comprar outros livros para trazer para cá e levar livros para fora, do que investir o dinheiro que tenho disponível para editar mais.”¹⁵⁸

O processo de distribuição

A STET não faz vendas online. É uma livraria presencial e de “nicho”. O primeiro endereço, no Bairro Alto, tinha o inconveniente de ser uma loja num primeiro andar¹⁵⁹, acima do nível da rua. Um modelo comercial relativamente comum em cidades como Londres e Nova Iorque, em Lisboa revela-se pouco atrativo de um maior fluxo de pessoas. Para dirimir esse problema, a STET organiza com certa frequência eventos que chamam pessoas para a loja, alimentando assim uma rede de autores, colecionadores, editores e leitores. Para além das características particulares da STET, Valladares observa que os aspectos referentes à distribuição, nos últimos anos, não podem desconsiderar, para bem e para o mal, o papel das plataformas digitais, como a Amazon. Atenta ao movimento das tiragens e da distribuição, no que se refere a edições de autor, Valladares salienta que há casos distintos: “Um zine ao custo de 5 euros, feito em fotocópia, com uma tiragem de 20 exemplares como o *Estrela Decadente*, do Xavier Almeida, o que se revela impraticável para vendas *online*, não é? Mas uma coisa como a Stolen Books já faz sentido, com uma tiragem de 50, a um valor um pouco maior, um artista conhecido internacionalmente, como os Germes Gang, teve um *boom* e vendeu quase tudo fora de Portugal na primeira edição.”¹⁶⁰

Para Valladares, as plataformas de distribuição digital facilitam a projeção internacional de artistas portugueses, ao permitirem a aproximação do periférico ao que é nuclear, central e, simultaneamente, obrigam as livrarias a repensar o seu modelo e a sua lógica: “Aquilo que acontecia no século XX ou XIX, de estares sentado numa livraria, à espera que as pessoas apareçam, deixou de ser possível. Se não te mexes e não fazes coisas, as pessoas vão comprar online e deixam de ir lá ter contigo.”

A relação com o autor e o leitor

A STET organiza, além de lançamentos, visitas a universidades para apresentar a produção atual aos alunos. O processo raramente se traduz em vendas imediatas, mas ajuda a formar novos públicos, na medida em que educa o olhar para uma produção editorial heterodoxa. O principal meio de divulgação do acervo e das atividades é a internet, através do

¹⁵⁸ Em entrevista ao autor.

¹⁵⁹ No Brasil, é chamado sobreloja.

¹⁶⁰ Em entrevista ao autor.

Facebook e de uma rede de contactos via email. Numa outra vertente, Valladares procura gerar, pelo menos, um evento por mês. Na dinâmica destes encontros na livraria, a curadora observa que, no final e no princípio do mês, as pessoas têm sempre mais dinheiro, o que permite orientar o tipo de atividade: “O meio do mês é a altura para fazer eventos que são mais informativos e menos orientados para venda.” Deste modo, a livraria é escolhida para lançamentos, pequenas conversas e tertúlias, ao passo que tudo o que implique um maior número de pessoas é realizado em locais como o Bar Irreal, a Galeria ZDB e a Galeria Monumental. Valladares tem optado, também, por se associar a eventos em museus e faculdades, com temáticas tangentes ao seu acervo, o que tem produzido bons resultados.

Entre 2011 e 2016, a STET foi uma das organizadoras¹⁶¹ das seis edições dos encontros *O Que Um Livro Pode?*, com foco em livros de autor e edições autopublicadas. Desde 2016, a STET organiza a Edit, uma feira de auto-editores na Galeria Monumental. Em 2017, esteve pela primeira vez num pavilhão da Feira do Livro de Lisboa, onde partilhou uma banca com os Pierre von Kleist, a Serrote e a Chili com Carne. Valladares reconhece na Feira do Livro de Fotografia¹⁶² um carácter embrionário nestas atividades, ao acarretar novos públicos no contexto da fotografia. As feiras internacionais, por sua vez, implicam uma gestão mais complicada; segundo Valladares: “obviamente têm mais custos, pois implicam o transporte de livros, as estadias e as próprias feiras são caras. Se em Portugal uma mesa numa feira custa entre 50 e 100 euros, lá fora custa a partir de 300.” O gasto económico, entretanto, é um bom investimento no intuito de dar a conhecer, fora de Portugal, as edições portuguesas:

“O que tenho tentado fazer é: essas feiras por serem caras e por implicarem bastantes gastos de viagem, nem sempre são muito rentáveis. Tenho tentado ir conhecendo instituições que têm coleções de livros e propor-lhes vendas em paralelo com as feiras. Com isso tento garantir que os gastos sejam pagos e portanto o resto será uma mais-valia. Uma vez, por exemplo, vendi muitos livros portugueses à Biblioteca do Pompidou. O Museu Nacional Rainha Sofia é um cliente regular e a Faculdade de Belas-Artes de Madrid também. Tentamos, quando fazemos estas viagens, arranjar uma base no local que visitamos, que passe a ficar com algumas edições portuguesas significativas.”¹⁶³

A relação com o digital

Para além de uma página no Facebook, na qual anuncia todos os eventos da STET, Filipa Valladares não tem uma relação de proximidade com os formatos e plataformas digitais. No entanto, observa com atenção os aspectos referentes ao design das publicações, cada vez mais imbricado no processo digital, mas aponta, também, um retorno a práticas tradicionais como a

¹⁶¹ Em conjunto com GHOST, Tipo.pt e Oficina do Cego.

¹⁶² Realizada anualmente no Arquivo Municipal de Lisboa, chegou à 8ª edição em 2017.

¹⁶³ Em entrevista ao autor. Apêndice, p. 139

serigrafia e a gravura no acabamento das mesmas: “Por haver muitas edições com pequenas tiragens é possível e viável torná-las mais artesanais. Essa especificação vai sendo potencialmente mais necessária e mais relevante.”¹⁶⁴ Para além de questões técnicas inerentes ao processo de produção, Valladares observa que, com a democratização do digital, começou a haver de fato, um maior número de pequenas edições: “Qualquer um pode editar o seu livro. Se calhar, nunca houve tantas edições diferentes a sair no mundo inteiro.”

A discussão sobre a relação entre o papel e o digital é uma pauta presente nos encontros com estudantes na Stet ou nas escolas. A comissária cita a ocasião em que perguntou aos alunos se conheciam *The Americans*, clássico de Robert Frank. “Sim, já vimos online” – responderam. É uma experiência limitada, segundo Valladares: “Toda a relação com o papel, com a escala, com a maneira como se pode dobrar uma página; a relação de uma página com outra; tudo isso acaba por ter uma vivência com aquele objeto que é particular.”¹⁶⁵

Análise do acervo

Focada em edições de autor e livros de artistas, a STET expõe edições independentes e outras clássicas, com faixas de preços distintas – umas acessíveis e outras mais caras. Os objetos têm tiragens limitadas, em formato de livro e prova fotográfica. Desde a sua fundação, a STET tem procurado desenvolver, também, uma forma de não colidir com a política de preços aplicada pela livraria da Culturgest¹⁶⁶, que oferece livros de artista a preço de custo. Com um banco (Caixa Geral de Depósitos) a suportar a sua atividade, a livraria da Culturgest pode dar-se ao luxo de abdicar da margem de lucro. Perante esta realidade, a STET tem procurado diferenciar a sua oferta face à da livraria da Culturgest. Valladares cita como exemplo o autor Wolfgang Tillmans: “Por muito que eu goste do livro, prefiro não o ter aqui porque eles têm-no lá. Não posso competir com um livro que lá fica a metade do preço. A outra política que eu tenho de pôr em prática é saber o que há no mercado aqui à volta para não comprar exatamente a mesma coisa.”, diz Valladares.

¹⁶⁴ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 139.

¹⁶⁵ Idem.

¹⁶⁶ A Livraria da Culturgest manteve essa política de acervo e de preços durante a gestão do curador Miguel Wandschneider, finalizada em 2017.



FIGURA 33. A STET, no endereço onde esteve até o ano de 2017 no Bairro Alto.

Foto: Luís Fevereiro.

4.4. XYZ Books

The logo for XYZ Books features the text "XYZ Books" in a bold, black, sans-serif font. The text is centered within a light yellow rectangular background. Below the text, there are two thick, horizontal black lines that serve as a decorative underline.

Como exemplo representativo de um projeto de atividade relativamente recente, a editora e livraria XYZ funciona em conjunto com o ateliê de artes gráficas A Ilha, na região dos Anjos, em Lisboa. Foi fundada pelos fotógrafos Tiago Casanova e Pedro Guimarães em 2015.

O modelo de negócio / financiamento

A XYZ Books é o projeto editorial conjunto dos fotógrafos Casanova e Guimarães, que ocupa um espaço multiusos. Este espaço físico é o ateliê de produção gráfica A Ilha. Os sócios dão forma ao projeto ao mesmo tempo que avaliam os seus limites. Casanova¹⁶⁷ refere que as mudanças estão sempre em cima da mesa: “O ideal é que a nossa atividade seja autossustentável. Se é autossustentável? Não é. Principalmente na edição, gasta-se muito dinheiro.” O projeto tem atividade variada: há uma pequena livraria, onde se vendem os livros da XYZ e de editoras com projetos similares. A percentagem sobre as vendas é mínima e não existe lucro para os donos, que reinvestem as mais-valias das vendas na compra de livros para a livraria e novos equipamentos. Os títulos da XYZ – até ao momento, 7 – são autopublicações financiadas pelos autores. Segundo Casanova, um livro que tenha 500 exemplares, para se pagar a si próprio, normalmente é necessário vender no mínimo 200 ou 250 exemplares para que fique pago¹⁶⁸: “Só a partir daí é que começa a sair lucro, mas lucro em relação aos gastos. Os gastos não incluem salários: cobrem só o que se gastou para produzir o livro, sem contar com as horas de trabalho.” O editor considera que é muito mais fácil vender os primeiros 100 exemplares de uma edição do que os últimos 100, embora para a XYZ tudo aconteça num ritmo bastante mais lento: o livro precisa de pagar-se a si próprio para que se financie outro projeto. Esse processo pode levar alguns meses, até que um livro se pague. Comparativamente a editoras de outros países europeus, Casanova cita como exemplo ideal de sustentabilidade a sueca B-B-B-Books:

¹⁶⁷ Em entrevista ao autor.

¹⁶⁸ Este cálculo é referido no mundo editorial como *break even point*.

todos os livros dessa editora têm um financiamento do estado sueco, o que permite a seus editores vendê-los a um valor muito baixo, quase ao preço de produção. Tais edições, com um acabamento que custaria cerca de 20 euros, são vendidas a 25, sendo este valor lucro integral. Os livros da XYZ, com um nível de produção muito menor, em termos de acabamento, são vendidos a 30, e mesmo assim com margem reduzida de lucro. Pelos custos de produção, Casanova considera ser muito difícil, para uma proposta com as suas características, interagir com os mercados internacionais. No entanto, a sua intenção está claramente focada na internacionalização do catálogo, pois a apresentação dos produtos no site da XYZ Books é, por exemplo, toda feita em inglês.

As formas de elaboração dos produtos

A definição dos títulos a serem produzidos pela XYZ Books parte de uma demanda pessoal dos editores em materializar graficamente o seu próprio trabalho como fotógrafos. Este projeto editorial, focado na fotografia, exige prioritariamente uma alta qualidade de impressão e acabamento. As tentativas de Casanova e Guimarães de entregar a terceiros algumas tarefas, como a encadernação, mostraram-se insatisfatórias ou inviáveis, dado que o mercado está essencialmente voltado para atender a altas tiragens a um custo baixo e padronizado. Pela complexidade de trabalhos, como *Pearl* (Casanova, 2014) e *How To Fly* (Guimarães, 2017), estas tarefas são até ao momento executadas no próprio ateliê. Casanova vê a encadernação como um ofício acessível: “É uma arte bonita e de certa forma fácil, muito mais do que a tipografia, que envolve ter os tipos, dispor de um espaço grande e de uma maquinaria que, hoje em dia, não tem sequer uma escola onde se ensine a trabalhar com ela. Já a encadernação é algo que com os devidos materiais qualquer pessoa aprende pelo Youtube, como foi o meu caso, e pode fazer em casa.”¹⁶⁹

Ao publicar um livro, é preciso fazer um estudo um pouco mais sério e, ao mesmo tempo, pouco científico, segundo o editor: “Perceber quem é o autor, que tipo de público tem esse autor, se consegue chegar a muita ou pouca gente... Mesmo um autor que venda muito pode não vender aquele livro, dependendo da temática do livro em questão. São fatores que dão a perceber se um livro vai vender ou se não vai vender nada”, afirma. Quanto às soluções gráficas e materiais (composição, dimensões, escolha de materiais e opções técnicas, como a impressão a cor) Casanova refere: “Obviamente, se vamos fazer um livro de fotografia... um livro de fotografia mal impresso nunca é uma boa solução e uma impressão boa a 4 cores é cara. São

¹⁶⁹ Em entrevista ao autor. Apêndice pg. 146.

questões que são tidas em conta numa amálgama de fatores que são considerados para se perceber o preço do que se vai fazer. São fatores, vistos *a priori*, para tentar perceber que aquele objeto, daquele tamanho, daquele autor, lançado em X data, em X sítio, com número X de páginas, vale X ou vale Y. A partir disso, faz-se uma tabela para se perceber os diferentes preços e quantos exemplares tem de se vender.” Casanova entende que a recepção do público é imprevisível, mas é possível planejar os detalhes da publicação: “A estratégia é essa: tentar entender todos os pequenos fatores do livro para se vender.”¹⁷⁰

Os objetivos como editor

A XYZ Books não tem uma proposta editorial rígida. Casanova vê algo subjetivo na ideia de linha editorial: “cada pessoa tem a sua visão do que é um editor ou uma linha editorial. Creio que a maior parte dos negócios, dos projetos editoriais não têm uma finalidade comercial como antigamente as editoras tinham. As editoras que existiam eram grandes editoras. Ou eram grandes, ou não existiam.” Ante a necessidade de venda comercial, a questão da linha editorial tornou-se mais restrita e menos acessível, nomeadamente para os escritores: “Havia muito menos escritores a terem acesso a uma editora, a escrever e a publicar. Hoje existe provavelmente uma maior qualidade no sentido em que há mais escritores com oportunidade e publicar, e muitas vezes a qualidade está nesse setor que não tem um lado tão comercial.” Casanova ressalta a importância da internacionalização do catálogo: “É muito importante para quase todas as editoras independentes que conheço irem para fora. A não ser que seja uma editora de literatura, ou de poesia, com uma base mais assente na escrita, em que a língua seja um entrave. Nas coisas que não envolvem uma língua, como é o nosso caso, mais à base da fotografia, é fundamental a internacionalização, que corresponde a quase 80% da venda que fazemos, seja nas feiras, pelo site, ou por email.”

O processo de distribuição

Como estratégia, a XYZ procura estar presente em feiras e festivais de fotografia, além de acompanhar atentamente o calendário de concursos relacionados com o livro de fotografia no âmbito europeu: “Essa presença é feita muito do passar a palavra: passar a palavra a pessoas certas, participar em concursos que existem especificamente para maquetes ou para publicações deste género. Em alguns destes concursos, se o livro for escolhido ou fizer parte dos finalistas, ou mesmo vencer, tem logo uma potencialidade muito maior de vender. A publicidade é outra,

¹⁷⁰ Em entrevista ao autor. Apêndices, p. 146.

e aí as coisas funcionam sempre muito melhor.” A estratégia passa então por perceber quando esses concursos acontecem, quais são os locais e as feiras a que se deve ir e, dentro do possível, conjugar os lançamentos dos livros com esses eventos. Dentro do universo específico do livro de fotografia, Casanova aponta uma série de publicações e críticos que fazem coleção e que compram, ou que muitas vezes recebem a nível gratuito em troca de publicidade; esta é também uma forma de publicitar o livro, segundo o editor. No que diz respeito às vendas, no contexto nacional, Casanova refere: “Portugal não tem público ainda suficiente para que os projetos de publicações independentes consigam sobreviver. Por isso, faz parte da estratégia essa internacionalização.

A relação com o público

Casanova vê um potencial de aumento do público interessado em edições de autor, na medida em que há um ciclo virtuoso: “Quanto mais pessoas a fazer, mais contatos têm, logo, há mais pessoas que vão à livraria e compram os livros. Quanto mais editores, mais livrarias existem, e também mais público. É algo em dominó.” O editor vislumbra um momento no futuro em que existirão tantas livrarias independentes que passará a ser normal qualquer pessoa ir a uma livraria deste género comprar um livro: “Hoje é um público muito específico. Aquilo que nós vamos percebendo, daquilo que é o público da nossa livraria, é que cada vez mais existem pessoas que ouvem falar, que têm curiosidade de saber o que é, passam lá e acabam por comprar um livro.”

A relação com o digital

Casanova não vê um lado utópico na opção pelo livro impresso. Na perspectiva dos dois fotógrafos da XYZ, o impresso ainda é uma escolha óbvia. O fotógrafo e editor relata experiências anteriores com publicações online, adaptadas para *tablets*, que não obtiveram o resultado que se esperava. Na Universidade do Porto, lançou a publicação *Scopio* em versão impressa e online. Segundo testemunha, o sucesso da versão online, mesmo quase a custo zero, foi quase nulo, enquanto a versão impressa, vendida entre 9 a 12 euros, dependendo do país, obteve uma adesão muito maior: “Parece-me óbvio que o público continua a querer o papel, e a preferir a versão impressa; a não ser que seja um jornal, uma coisa diária que a pessoa não queira acumular em casa, só nesses casos é que o sucesso do online é notório. Naquilo que pode ser considerado um objeto único, ou mais relacionado com as artes, ou nas revistas um pouco mais elaboradas, as pessoas continuam a preferir uma versão impressa. O objeto continua a contar muito.” Para além disso, há avanços técnicos na produção que não estavam disponíveis

anteriormente e que permitem impressões reduzidas: “É exatamente essa revolução a nível de impressão que permitiu que se fale tanto das publicações independentes como nunca antes.”¹⁷¹ *Breve análise estética dos produtos.* O catálogo da XYZ Books conta atualmente com 7 títulos, alguns deles com edições especiais, que totalizaram ao todo 11 itens. Tiago Casanova assina *Pearl* (2014) e *Is it a Revolution?* (2017). *Pearl* é um ensaio realizado na Ilha da Madeira, “pérola do Atlântico”. Natural da ilha, Casanova examina o conceito de beleza e de fealdade a partir da intervenção urbana no meio da exuberância natural daquele lugar. *Pearl* tem uma edição especial, numa caixa de Madeira, vendida a 150 euros. *Is It a Revolution?... Or Just Bad Weather* é um pequeno livro de 12 páginas, impresso a preto-e-branco, com fotos de fortes chuvas.



FIGURA 35. *Is It a Revolution?... Or Just Bad Weather*, Tiago Casanova. ©XYZ Books. Disponível em <http://www.artbooks.xyz/books/is-it-a-revolution?book=is-it-a-revolution>

¹⁷¹ Em entrevista ao autor.



FIGURA 34. *Pearl*, de Tiago Casanova. ©XYZ Books. <http://www.artbooks.xyz/books/pearl>

Pedro Guimarães, outro autor associado à editora, responde por *How to Fly* (2017), um livro de 96 páginas impressas em *off-set*, com uma tiragem de 300 exemplares, 25 das quais numa edição especial em caixa de metal. Com design de Joana Durães e textos de Pedro Guimarães e António Durães, *How to Fly* apresenta imagens da cultura da aviação particular, com detalhes das cabines dessas pequenas aeronaves, de modo a sugerir um desejo inconsciente de superar um destino medíocre, consoante a inevitabilidade dos traumas da existência. Guimarães é autor, também, de *Fruta de Época*, uma série de diários visuais com quatro edições previstas, duas publicadas em 2016, com impressão em risografia e uma tiragem de 50 exemplares de 24 páginas.

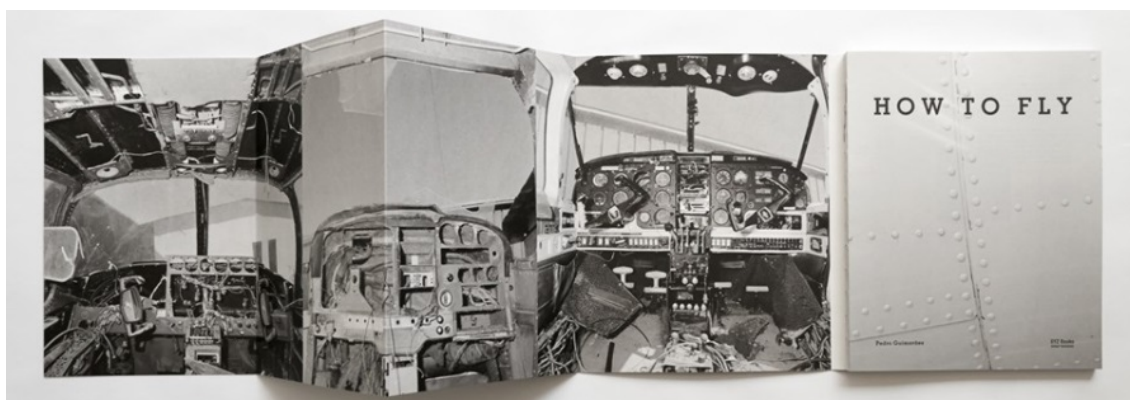


FIGURA 36. *How to Fly*. Pedro Guimarães. ©XYZ Books.

Disponível em <http://www.artbooks.xyz/books/how-to-fly?book=how-to-fly>

O catálogo da XYZ apresenta também o ensaio *Posto de Trabalho*, de Valter Vinagre. A série de fotografias feitas em Portugal entre 2010 e 2013 mostra a prostituição à beira das estradas, de uma forma sutil e ao mesmo tempo impactante. Sem mostrar pessoas, as lentes de Vinagre concentram-se nos leitos improvisados pelas prostitutas para atenderem os seus

clientes, numa atmosfera que traduz o imprevisto e o perigo desta atividade. O livro, lançado em 2015, tem o texto assinado por Jaime Rocha e design de Joana Durães e Mariana Veloso.



FIGURA 36. *Posto de Trabalho*, Valter Vinagre. XYZ Books. Disponível em <http://www.artbooks.xyz/books/posto-de-trabalho?book=posto-de-trabalho>

4.5. O Homem do Saco



O HOMEM DO SACO

atelier de tipografia e edições

“Sendo bastante diversa, a pequena edição não tem de ser forçosamente viável.”

Luís Henriques

A associação cultural O Homem do Saco ocupa uma oficina na região de Santos, em Lisboa. Ali reuniram-se, a partir de 2013, um grupo de pessoas de diversas formações, mas com um interesse comum pela arte dos tipos: Luís Henriques¹⁷², Eduardo Brito, Luís França, Joana Gama, Joana Pombo, Juan Yusta, Manuel Diogo, Mariana Pinto dos Santos, Miguel Pereira, Ricardo Castro e Rui Miguel Ribeiro. O Homem do Saco congrega, no seu espaço, outras chancelas editoriais: Landscapes d’Antanho, Pianola, Momo, Diário de um Ladrão, 100 cabeças, troppo inchiostro e Edições do Tédio.

O modelo de negócio / financiamento

O Homem do Saco é uma associação sem fins lucrativos, que reúne pessoas com formações profissionais distintas, que dispõem de outras fontes de rendimento independentes das atividades da oficina. Ao Público, Luís Henriques utiliza jocosamente o termo “biscateiros”.¹⁷³ Dessa partilha de interesses de pessoas oriundas de áreas tão diversas, como Farmácia, Arte, Sociologia e Economia, materializam-se pequenas edições, cartazes e ilustrações que exploram técnicas diversas de *letterpress*. Ao mesmo tempo, o coletivo dedica-se à recolha pelo país de material de antigas tipografias, prestes a ser abandonado ou fundido, como o mobiliário, os utensílios próprios do ofício e os tipos de madeira e de chumbo. O ateliê não tem um cariz exclusivamente comercial, embora receba encomendas de múltiplos clientes. Sobre o modelo de sustentabilidade, Henriques¹⁷⁴ diz que, ao contrário do refrão de Frank Zappa, “não estamos nisto só pelo dinheiro”, mas reconhece o prazer de se ganhar algum

¹⁷² Entrevistado por email. Entrevista completa no apêndice, p. 154

¹⁷³ “Os artesãos (ainda) estão no centro histórico”, matéria de Rita Marques Costa. Público, 20/11/ 2017.

¹⁷⁴ Em entrevista ao autor.

dinheiro com o trabalho que se faz com gosto: “A pequena edição não dá sustento regular. É uma actividade que não depende dos modelos de sustentabilidade que norteiam os negócios mais rentáveis da edição. Aquilo que dá maior sustento é o desejo de fazer.”

As formas de elaboração dos produtos

Tendo como principal razão de ser a impressão de exemplares em tipografia de caracteres móveis, o ateliê também recorre a impressões digitais ou em offset no caso de tiragens maiores, eventualmente misturando técnicas de impressão. A política do ateliê é procurar que cada livro seja um objeto único e distinto. Nas edições mais artesanais, com tiragem entre 30 a 50 exemplares, imprime-se um pequeno aforismo, retirado de um poema ou de um texto curto associado a uma ilustração, sempre diferentes entre si. Os livros são cozidos a mão.¹⁷⁵ Henriques vê o livro, o jornal e as revistas como exemplos paradigmáticos da mercadoria industrial, sujeita à aceleração e à massificação. As atividades d’O Homem do Saco vão naturalmente no sentido oposto, buscando recuperar aspectos de fases mais arcaicas, mais próximas do fazer de um artesão.¹⁷⁶ Ao Público, Henriques explica que este grupo de pessoas pega nos materiais e tira proveito dos erros, sem se preocupar com o que seria a aplicação da regra correta: “Gostamos da marca material e permitimo-nos incorrer em brincadeiras que são pouco ortodoxas do ponto de vista de uma impressão mais cuidada.”¹⁷⁷

Os objetivos como editor

Henriques observa¹⁷⁸ que há quem retire algum sustento destas atividades; há quem gaste uma parte do seu sustento com elas; há quem faça tudo com o mínimo de gastos, colocando preços baixos em cada exemplar; há quem acentue o lado artesanal e cobre um pouco mais; há quem escolha materiais luxuosos e cobre bastante mais. Tal como refere: “Sendo bastante diversa, a pequena edição não tem de ser forçosamente viável.” Porém, tratando-se da produção de múltiplos, não é feita para ficar na gaveta. Um dos traços mais fortes deste género de prática resulta, segundo este editor, da continuidade entre os diversos momentos de preparação e de fabrico: “Não há atomização do trabalho.”

O processo de distribuição.

¹⁷⁵ Como descrito em URL <<http://ohomemdosaco.com/about>>

¹⁷⁶ Em entrevista ao autor. Pg. 154.

¹⁷⁷ “Os artesãos (ainda) estão no centro histórico”, Público, 20/11/ 2017.

¹⁷⁸ Em entrevista ao autor. Pg. 154.

Henriques considera a distribuição um ponto chave desta atividade. Um dos ex-organizadores da Feira Laica, em 2017 organiza em Lisboa a primeira edição da Raia – Tráfico de Edições. Na sua opinião: “Organizar e participar em acontecimentos do género permite tirar as coisas da oficina e lançá-las no mundo. Outra forma possível é a distribuição selectiva por uma dúzia de livrarias que não seguem a lógica de cadeia de super-mercado. Outra, ainda, é a venda em plataformas on-line; ou directamente, no espaço de trabalho, quando este é aberto ao público.”¹⁷⁹

A relação com o autor e o leitor.

Henriques acredita que a relação do público com a pequena edição tende a não sofrer grandes alterações: “Aquilo que as pessoas procuram ou encontram neste género de trabalho, actualmente, é parecido com o que encontrarão futuramente: livros, pósteres, plaquetas, fanzines, etc.” Eventualmente, essa procura pode aumentar, conforme a procura de uma experiência que contraste com os *tablets* e os telemóveis, ou com o que chama de “leitura de tijolos forrados com capas cheias de *bottox-photoshop* e de verniz”. Em relação às feiras, e a uma suposta saturação desse formato para o limitado público português¹⁸⁰, Henriques acredita que a participação e a organização de tais eventos deve ser espontânea: “Não podem subordinar-se ao cálculo das oportunidades. A frequência de eventos diminuirá quando as pessoas se fartarem, certamente. Mas não há uma arena de competição. Quando muito, há um terreno vago, frequentado por quem quiser.”

A relação com o digital.

Refutada por editores como Barbara Bulhosa e Marcos Farrajota, a ideia do livro impresso como objeto superado é relativizada e ironizada por Henriques. Questionado sobre a manutenção do impresso num mundo predominantemente digital, Henriques considera que talvez possa admitir-se uma superação do mundo do impresso pelo audiovisual e pela interconectividade: “Mas quando usamos palavras como ‘superado’, já estamos sob o comando de uma ideia de história como sequência-mestre, cheia de sentido. Antes de perguntarmos se ‘ainda’ tem sentido optar por esta ou por aquela forma em ‘declínio’ (outra palavra armadilhada), poderíamos perguntar se essa história cheia de sentido nos faz algum bem à saúde.” Para este editor, optar pelo impresso não tem que ser uma missão histórica e também

¹⁷⁹ Em entrevista ao autor. Pg. 154.

¹⁸⁰ A saturação das feiras de nicho e o potencial limitado do público português são fatores eventualmente citados por diversos intervenientes da edição independente, como Filipa Valladares e Luís Alegre.

não será propriamente uma utopia: “Talvez seja apenas uma tentativa de dar forma ao que desejamos com meios relativamente acessíveis, com alguma liberdade. Talvez a liberdade se tenha tornado utópica. Mas continua a ser a mãe do génio e do prazer (como diria o Bocage).” O génio do “faça você mesmo”, mantra que orienta a ação de tantos artistas e intervenientes, para Henriques é um génio algo quotidiano e doméstico: “Não está particularmente preso ao sentido ou à relevância da história.” Reconhece-se entretanto, que o digital alterou e vai continuar a alterar as práticas editoriais: “O caso das pessoas envolvidas na organização da Raia não é estanque: fazemos pequena edição; temos um contacto demorado com as coisas que fazemos. Nenhum de nós sabe fazer *apps* ou *e-books*. Mas usamos o computador para fazer parte do trabalho e não desdenhamos a internet.”

Análise estética dos produtos.

O ateliê O Homem do Saco tem um escopo diversificado de áreas de trabalho, que contemplam, para além das edições, autocolantes, cartazes, encadernação, gravura e *lettering*. As técnicas são também mistas: linogravura, risografia, serigrafia, tipografia e xilogravura. Para além das chancelas que se concentram neste ateliê, O Homem do Saco está mais fortemente vinculado aos cartazes com gravuras e *letterpress*. Alguns exemplos da técnica e do estilo deste coletivo podem observar-se na série de cartazes para o Dia Mundial da Poesia de 2017 no CCB – Centro Cultural de Belém. Estes trabalhos baseiam-se na Antologia do Cadáver Esquisito, do pintor Mário Cesariny, e são impressos em papel artesanal, com uso de serigrafia e tipografia.





FIGURA 37. Exemplos de cartazes para o Dia Mundial da Poesia de 2017. © O Homem do Saco. Disponível em <http://sacomman.tumblr.com/post/159903098973/cartazes-em-serigrafia-e-tipografia-no-dia-mundial>

Um livro-objeto, *Album primo-avrilesque*, monografia do escritor, humorista e artista plástico francês Alphonse Allais, é constituído por uma série de quadros monocromáticos cujas legendas dizem respeito a situações caricatas relativas à cor. Um típico livro de artista, foi publicado em França em 1897 e é considerado precursor de obras paradigmáticas como o *Quadro Negro*, apresentado duas décadas depois por Malevitch.

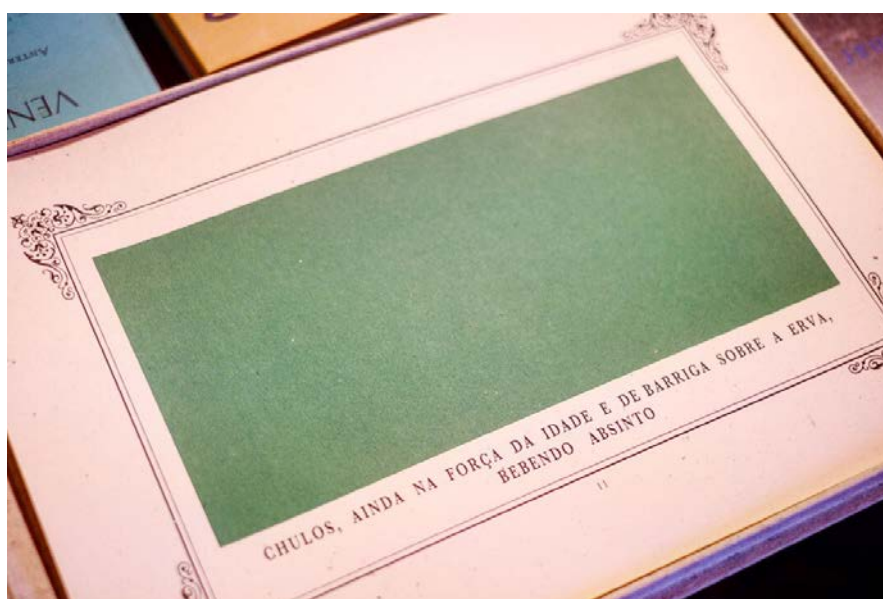


FIGURA 38. Página de *Primo Abrilesco*. ©O Homem do Saco. Disponível em <http://ohomemdosaco.com/product/album-primo-abrilesco>



FIGURA 38B. Página de Primo AbrileSCO. ©O Homem do Saco. Disponível em <http://ohomemdosaco.com/product/album-primo-abrileSCO>

O Caçador Gracchus, traduzido por Ricardo Castro Ferreira e ilustrado por Ricardo Castro, impresso em tipografia e risogravura no Homem do Saco, dá forma a um enigmático conto escrito por Kafka em 1917.

Neste ateliê fazem-se também convites de casamento, cartões pessoais e capas de livros, assumindo sempre que se deve praticar uma lógica de custo justo nos trabalhos.

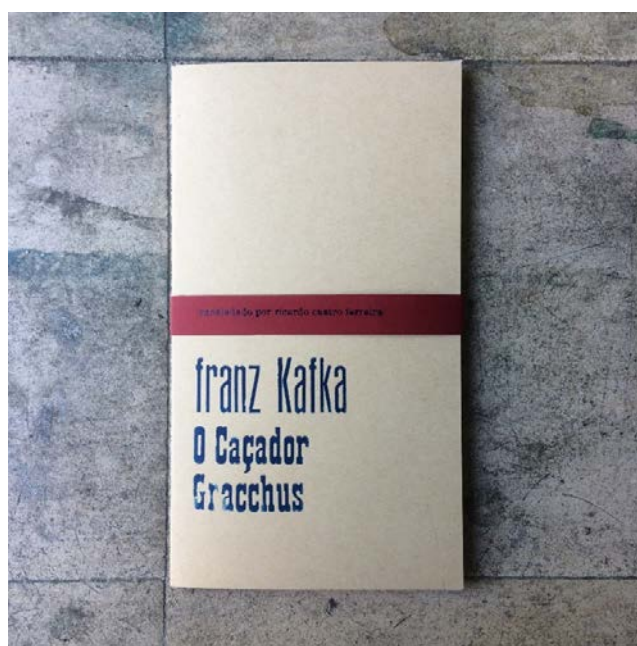


FIGURA 39. Capa de *O Caçador Gracchus*, de Franz Kafka. O Homem do Saco. Disponível em <http://ohomemdosaco.com/product/o-ca%C3%A7ador-gracchus>

Resultados a partir dos casos de estudo

A dada altura deste trabalho, a definição dos casos de estudo procurou identificar, no campo da edição independente portuguesa, intervenientes que contemplassem perfis diferentes quanto aos objetivos, modos de produção e distribuição de seus produtos.

Depois disso, procurou-se respostas para a interrogação que orienta este estudo, a saber, as *estratégias* desses editores para a viabilização dos seus trabalhos e a viabilização do seu catálogo de edições dentro da hipótese da hegemonia do digital sobre o impresso.

Ao optar por uma metodologia qualitativa, e não quantitativa, desde o início desconsiderou-se o objetivo de encontrar respostas muito precisas para a questão inicialmente colocada, de modo a nutrir esforços no sentido de uma aproximação com o tema. Identificaram-se problemas e perguntas a serem respondidas: esses atores mantêm o impresso como um projeto utópico? As práticas editoriais mudam? Quais as estratégias para se viabilizar o objeto livro? Os ofícios são transformados? O contato com o público muda? O modelo de sustentabilidade é o mesmo? A seguir, algumas respostas.

Sobre o impresso como uma “utopia”

A premissa do impresso como “utopia”, em tempos de aparente hegemonia da distribuição de conteúdos em formatos digitais, é expressamente refutada por pelo menos dois dos editores aqui identificados: Marcos Farrajota (Chili com Carne / Mmmnnrrrg) e Tiago Casanova (XYZ Books). Farrajota acredita que imprimir é hoje o ato político por excelência¹⁸¹, e não vê elementos para acreditar numa derrocada do formato impresso. Da mesma forma, Casanova, fotógrafo e produtor gráfico, tem no impresso um fim natural de seu trabalho, com retorno mais consistente que experiências digitais anteriores. Luís Alegre (Stolen Books) e Filipa Valladares (STET) veem também um retorno dos antigos ofícios relacionados à arte dos tipos, para atender a um público de nicho, de interesse crescente dentro e fora de Portugal. Luís Henriques (O Homem do Saco), por sua vez, tem em seu ateliê a evidência cotidiana da demanda de serviços relacionados à atividade tipográfica impressa. Para todos esses atores da cena portuguesa, o livro impresso não é uma utopia, um esforço contra a corrente: é o exercício presente, urgente e inadiável. Nenhum dos casos estudados põe em causa a relevância do impresso. *Utopia* é uma palavra que surpreendentemente não condiz com o cerne das suas actividades, pelo menos no âmbito da rotina diária de produção e distribuição de edições.

¹⁸¹ Como mencionado após o episódio envolvendo o massacre da redação do Charlie Hebdo, em Paris, em janeiro de 2014. In: Maga, Clube do Inferno, 2014.

Sobre mudanças nas práticas editoriais

O arranjo editorial da Associação Chili Com Carne estrutura-se, desde o seu início, na lógica dos fanzines. O modo de produção de um fanzine nos anos 1990, quase sempre feito com cópias xerográficas e um acabamento agrafado, é muito diferente do que se faz hoje com as novas tecnologias de impressão, nomeadamente a laser a cor. A dinâmica da distribuição profissionaliza-se com a contratação de empresas para este fim. O contato com o público contudo não se altera muito: presença em feiras e escolas, mesas em concertos musicais.

A Stolen Books faz do experimentalismo impresso a sua marca, incontornavelmente conjugada com o ateliê Stolen Prints ao estúdio de design Ideias com Peso, de modo a complementar a atividade dessas duas casas. O catálogo vai-se construindo com obras experimentais e com uma sempre curiosa lógica interna que dialogam com o livro inaugural de Luís Alegre.

A XYZ Books tem a liberdade e as limitações de uma ainda pequena estrutura editorial, mas com a abertura para mudanças sempre posta à mesa. O catálogo desta editora constrói-se devagar, com a segurança de quem não dá passos em falso. Casanova e Guimarães estão certos de que, assim como a Stolen Prints, mesmo para um editor independente, Portugal e os seus dez milhões de habitantes são um mercado limitado para o potencial das suas atividades.

Todos os casos estudados recusam o formato digital, nomeadamente os ebooks, como uma vertente editorial.

Sobre o modelo de sustentabilidade

Os cinco casos aqui estudados não têm o lucro como finalidade principal de sua atividade. Alguns, como Stolen Books, não podem dar prejuízo em relação a atividades-irmãs a funcionar no mesmo sítio. A associação Chili com Carne conta com uma pequena receita fixa a partir de seu sistema de sócios, mas os projetos são estudados caso a caso, com a planilha de gastos sempre ao lado. A XYZ Books é financiada pelos seus dois autores-editores, num modelo ainda não sustentável financeiramente como editora, mas que funciona em conjunto com o atelier A Ilha e se aproxima de uma forma ideal à medida que se internacionaliza. A Stet não dá lucro é uma profissão de fé da curadora Filipa Valladares, que pode rever o seu formato de distribuição caso a loja, em novo endereço no Bairro Alto, não cumpra objetivos de sustentabilidade a médio prazo. Com tiragens médias que variam entre 50 e 500 unidades, com exceções para mais ou para menos, dois dos casos de estudo aqui avaliados, Stolen Books e Mmmnnrrrg/Chili com Carne, adotam a dinâmica de investir num projeto à medida que o anterior se paga. Quanto mais

rápido se alcança o *break-even point*, em tese é melhor para a sequência dos projetos. Daí, uma política de preços que pode variar: mais alta, para se atingir esse valor mais rapidamente, nomeadamente no caso da Stolen Books; ou uma política de preços mais baixa, como na Coleção CCC, que faz com que o retorno do investimento na edição seja mais lento.

Sobre mudanças nos ofícios relativos ao livro

Dos projetos editoriais aqui estudados, a Chili com Carne normalmente recorre a serviços terceirizados de impressão e acabamento. Para os outros isso não fará tanto sentido: a Stolen Prints, que funciona em conjunto com a gráfica Stolen Prints, pode-se dizer autossuficiente no que diz respeito ao seu catálogo. O Homem do Saco tem uma produção mista que mescla a composição tipográfica manual executada no seu próprio ateliê, com uma produção terceirizada em off-set. Casanova e Guimarães, na XYZ Books, produzem quase todo o trabalho de impressão e acabamento no ateliê A Ilha, visto que não consideram compensatória a terceirização dessas tarefas. A atividade de recolha de tipos móveis e utensílios afins é vista por alguns editores atuais como uma atividade excêntrica, embora eventualmente agregue valor ao design editorial impresso. Sem a demanda comercial de outras épocas, em Lisboa e Porto é possível ainda encontrar uma rede de prestadores de serviços como douradores, gravuristas e encadernadores.

Sobre mudanças no contato com o público

A relação com o público terá uma natureza distinta em função de uma escolha determinante do editor, a saber: uma sede comercial. Dos casos estudados, a associação Chili com Carne é o único projeto sem endereço comercial. Seus editores travam contato com o público nomeadamente em feiras, nas quais os selos Mmmnnrrrg, Clube do Inferno e El Pep são presenças assíduas desde os anos 90.

Filipa Valladares, à frente da STET, entende que o tempo de abrir uma loja de livros e esperar que o público venha já passou. Ela investe em eventos contínuos no seu espaço para movimentá-lo e propiciar encontros entre pessoas de interesses afins, nomeadamente em lançamentos de livros.

É possível agrupar certos editores segundo a forma como efetuam a distribuição, seja de uma maneira mais estruturada numa loja online, seja pela própria distribuição física de exemplares no exterior, como participantes de feiras ou com distribuidores associados. Sem grande volume de vendas, pelas próprias características do país, as feiras independentes em Portugal justificam-se, segundo alguns dos seus participantes e organizadores, como um

momento de encontro entre intervenientes da auto-edição, uma hipótese de formação de novos públicos e, dependendo do formato dos eventos, também como uma ocasião para a criação de debates e reflexões sobre a atividade. Com presença internacional em feiras e eventos literários, podem ser imediatamente citadas a Stolen Books, a XYZ Books e o coletivo Chili com Carne. São os editores independentes cujos projetos apontam, pela maturidade desse projeto ou pela natureza de seu produto, para um caminho que extravasa as fronteiras de Portugal.

Sobre estratégias para se viabilizar o objeto livro

A Chili com Carne faz da margem o seu centro de atuação, embora reconheça que a edição independente, não tem uma relação *sine qua non* com o capital, o mesmo não poderá ser dito do envolvimento emocional e mesmo da disposição física. Farrajota, já aos 44 anos, comenta que talvez não tenha de futuro a mesma disposição para subir e descer caixas de livros por lances de escada a cada fim de semana.

Estes casos de estudo foram definidos em função dos seus distintos catálogos, modos de atuação e hibridização com outras atividades concernentes à produção e difusão do livro. Com eles, buscou-se investigar as estratégias desses intervenientes no atual contexto português: pós-crise económica, no meio de uma suposta hegemonia do digital sobre o impresso. Em relação à pergunta central do presente estudo – quais as estratégias para se manter vivo o impresso? – os resultados da pesquisa, baseados em entrevistas com os editores e em diversos registos disponíveis, tanto no formato digital como em recentes publicações reflexivas, como o *Portugal Small Press Yearbook* e o *MAGA*, permitem aferir uma rejeição de modelos impessoais e mercantilistas, através de uma recusa consciente, como é o caso do editor Marcos Farrajota e do seu icónico coletivo Chili com Carne, ou de um risco calculado, como acontece com Luís Alegre e a sua experimental Stolen Books. A procura de um modelo editorial que permita uma honesta expressão artística é o que move o fotógrafo Tiago Casanova e a sua XYZ. A STET de Filipa Valladares entrega-se a uma missão difusora e O Homem do Saco dedica-se, essencialmente, ao resgate de técnicas e estéticas.

Se não se pode de todo descartar certo componente *esotérico*¹⁸² no trabalho do editor independente, pode-se constatar, adentrando minimamente este universo de intervenientes neste pequeno país ibérico, a integridade das suas posturas em relação ao processo, ao produto e ao público.

¹⁸² Termo utilizado por Isabel Baraona, em entrevista a Ana Romana.

Conclusão

Já na etapa final deste trabalho, encontrei uma postagem publicada em outubro de 2013, por um certo Goyo Cao, no blog da Chili com Carne. Deste texto, destaquei uma frase que, a despeito de tantas outras, elegi como epígrafe para a Introdução deste estudo: “Nesta viagem percorreremos mundos muito (sic) fixes.”¹⁸³ O relato deste viajante, com erros gramaticais tão compreensivos quanto graciosos, cumpre o papel de registrar e compartilhar algo que viu. Sem a mesma graça descomprometida do breve relato desse viajante, procurei do mesmo modo registrar e apresentar um pouco do fascinante mundo editorial autónomo que encontrei vivendo dois anos em Portugal.

Numa breve resenha sobre *O Negócio dos Livros: como os grandes grupos económicos decidem o que lemos*¹⁸⁴, de André Schiffin, ante o oligopólio editorial português concentrado em duas grandes empresas, Farrajota mencionará Antígona, Letra Livre, Frenesi, Relógio D'Água, Fenda, &etc como “editoras que resistem à barbárie!”¹⁸⁵. Guardado o carácter anedótico da hipérbole, ante as pressões do capital não será difícil simpatizar com a visão deste editor lisboeta. As editoras citadas por ele são uma formidável porta de entrada para o universo que se expande, infindável, na história do impresso português.

No campo teórico, buscando-se encontrar conexões entre o espírito da utopia moriana e uma ciência do design gráfico, confirmou-se no decorrer deste estudo a fundamental presença da obra de Thomas Morus no catálogo de uma das primeiras grandes experiências de edição independente do continente europeu, a saber, a Kelmscott Press de William Morris. Este, por sua vez, pioneiro de diversos experimentos nas chamadas *artes menores*, entre as quais se incluíam o design gráfico dos impressos, lega às vanguardas do início do século XX um forte sentido de engajamento político, artístico e filosófico no experimento tipográfico, que encontrará eco nos futuristas italianos e portugueses, nos Dada, na contracultura americana e na auto-edição da poesia concreta. Em última análise, ecoa no próprio ato de se lançar impressos contra um sistema político, aqui exemplificados num preâmbulo histórico que antecede a edição portuguesa independente na era da Internet, onde se destacam os casos da Afrodite e da &etc.

Feito este panorama histórico, buscou-se, a partir dos casos de estudo definidos em função dos seus distintos catálogos, propostas, modos de atuação e hibridização com outras

¹⁸³ Uma viagem pela Galiza. 28/10/2013 Disponível em: <http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2013/10/uma-viagem-pela-galiza.html> [Consult. Em 23/10/2017]

¹⁸⁴ Publicado pela Letra Livre em 2013.

¹⁸⁵ “Mesmo a tempo?” Blogzine Chili com Carne, 5/12/2013. Disponível em <http://chilicomcarne.blogspot.com.br/2013/12/mesmo-tempo.html>

atividades concernentes à produção e difusão do livro, investigar como esses intervenientes sobrevivem num momento histórico em que os suportes digitais parecem transferir o livro impresso, definidor de uma civilização como lembramos em Flusser, para uma esfera *vintage*. Encontramos, essencialmente, a recusa por estruturas de trabalho impessoais, desvinculadas de uma vocação.

A investigação permite também constatar que, no panorama da edição independente em Portugal, algumas editoras ao longo dos anos expandem os seus catálogos e estruturam-se de modo a disputar espaço com editoras prioritariamente comerciais. Não estando ligadas a grandes grupos editoriais, nem tendo sócios capitalistas a pressionar um rápido retorno dos seus investimentos, essas editoras têm o seu prestígio associado à figura do seu editor. Para além dos casos aqui estudados, serão exemplos desse segmento médio independente a Tinta da China de Barbara Bulhosa, a &etc¹⁸⁶ de Vitor Silva Tavares, a Antígona de Luís Oliveira, e dezenas de outros projetos editoriais que conseguem manter-se autonomamente, com os seus editores e colaboradores a retirar desses projetos a sua principal fonte de subsistência. Não será este o caso de tantos outros editores que, tendo ocupações civis remuneradas ou prestação de serviços paralelos, encontram na movimentação da edição independente um campo para experimentar caminhos criativos, vocacionais, artísticos ou políticos.

Este estudo inscreve-se num conjunto de olhares contemporâneos sobre a edição independente, num período que coincide com a massificação dos suportes digitais de leitura. Deriva das pesquisas de Catarina Figueiredo Cardoso e Isabel Baraona, irmana-se aos trabalhos de Ana Romana e Ana Simões e dialoga com as obras de Rui Beja e Nuno Medeiros, no âmbito português. Conecta-se a estudos sobre a economia da cultura desenvolvidos tendo este país e este momento como objeto. Espero aqui ter fornecido, com as surpresas e os limites de um olhar estrangeiro, elementos e pontos de vista que acrescentem a essa bibliografia, e que contribuam para uma permanente pesquisa sobre esta atividade. Os quatro capítulos aqui estruturados são de certa forma introdutórios a estudos que podem ser posteriormente aprofundados sobre o as relações entre o conceito moriano de utopia e as artes gráficas; o percurso invisível da criatividade gráfica que conecta por exemplo os livros de horas no fim da Idade Média, as artes menores de William Morris e as vanguardas do século XX; o reflexo de todos esses movimentos na história gráfica de um país; o panorama e as condições dessa atividade no mundo contemporâneo.

¹⁸⁶ Até 2015, ano do falecimento do editor Vitor Silva Tavares.

Byung-Chul Han, filósofo contemporâneo que, atento aos sinais da sociedade atual, tem-me-a me fornecido alguns *insights* para este trabalho, atesta que vivemos uma época de conformismo radical¹⁸⁷. Independência editorial, o que quer que seja na prática, deverá ter algum compromisso contra essa conformidade. Cada um dos casos aqui estudados exemplifica, a seu modo, esse compromisso.

Para além de tantas direções possíveis de investigação, é possível observar a ética da edição independente como um conjunto de recusas. A recusa pelo mercantilismo vazio, assim expressa por Farrajota; a recusa do convencional e do previsível, no caso dos “livros roubados” de Luís Alegre; a recusa por um modelo massificado e impessoal de distribuição, materializada na missão difusora de Filipa Valladares; a recusa de um produto gráfico de baixa qualidade, indigno como suporte de uma obra fotográfica autoral, como nos livros de Tiago Casanova e Pedro Guimarães; a recusa à alienação do processo clássico de impressão, bem patente nas mãos sujas de tinta, nas oficinas d’O Homem do Saco. Cada um destes casos oferece lições sobre a recusa e a integridade num mundo que nos coopta, a todo instante, à homogeneidade.

Nuno Medeiros lembra no seu estudo sobre os 30 anos do livro sob o autoritarismo de Salazar que, na aurora do 25 de Abril, o mercado é pequeno e agrilhado a factores estruturais indutores da inércia, para além das ressonâncias artesanais perceptíveis nos processos utilizados pelos agentes do livro.¹⁸⁸ Mais que isso, a inexistência de um público leitor de largueza suficiente tende a restringir fortemente as edições a preços internacionalmente competitivos. Na década de 1970, no País de Abril, as tiragens reduzidas, as acumulações em armazéns e os confiscos oneram excessivamente o custo por unidade. Nas palavras de Luís Alegre e de Filipa Valadares, o perfil do público e os factores inerentes às tiragens, salvo o regime político, parecem quase inalterados. Comparado com o cenário atual da edição independente, são talvez outros e mais sutis os mecanismos de censura que afastam o leitor atual dos livros de sua vida. Impresso ou digital, o múltiplo tipográfico está posto em causa e sempre estará, enquanto for este poliedro flutuante que leva aos homens e mulheres a ideia de recusa a um destino brando, e os congrega no sonho de voltar a imaginar e a viver a sua *UTOPIA*.

¹⁸⁷ Como relatado por Carles Geli em “Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização”. El País, 7/2/2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html

¹⁸⁸ 2010: p. 263.

Apêndices

Formulário de coleta de dados dos entrevistados¹⁸⁹

Coleta de dados qualitativos

Parte 1: dados sobre os integrantes do coletivo

1. Nome do coletivo.
2. Pequeno histórico do coletivo: data de fundação, integrantes originais e atuais, bem como atribuições.
3. Sobre os integrantes atuais: nomes completos, data e local de nascimento, formação, resumo da trajetória no ramo dos impressos.
4. Filosofia do coletivo. Áreas de interesse e pesquisa estética, estilos e rotinas de trabalho, que marcas procuram deixar no produto impresso. (texto livre)
5. Principais trabalhos gráficos realizados. Nome, data, especificações técnicas, comentário técnico sobre o resultado obtido.

Parte 2: dados sobre as atividades do coletivo

Peço que se assinale, entre os processos abaixo listados, quais integram o escopo das atividades deste coletivo, a respeito de seus produtos impressos:

- Desenho de tipos digitais ou escrita caligráfica
- Produção de fotografias
- Produção de gravuras ou ilustrações
- Redação de textos
- Edição de textos
- Design gráfico e/ou editorial
- Impressão (qualquer técnica)
- Montagem / acabamento dos exemplares
- Oficinas / workshops de formação
- Happenings, exposições ou lançamentos
- Venda / Distribuição

¹⁸⁹ Utilizado na fase inicial do trabalho.

Entrevista: Marcos Farrajota

Editor em MMMNNRRRG e Chili com Carne; ex-organizador da Feira Laica.

Lisboa, Bedeteca dos Olivais, 30 de agosto de 2017

Pergunta 1: Por que ainda optar pelo impresso? Há algo de utópico nesta escolha?

Marcos Farrajota: Não há nada de utópico, o que se costuma dizer é que uma tecnologia não substitui a outra. Sempre vai haver alguém que vai usar máquinas a vapor e de tear antigas... [risos] estampagem, serigrafia etc. Por isso, a história do livro, mais do que nunca, no princípio do milénio já estavam a criar a tampa do caixão para se fechar como tecnologia que ia morrer, tal como aconteceu com os discos, e isso tudo tem-se revelado justamente o contrário. Tem havido estudos a mostrar que o consumo dos e-books estancou ou até baixou, e há mais pessoas que preferem os livros em estado físico. Acho que essa pergunta... não sei se faz muito sentido à partida.

Pergunta 2: As práticas editoriais mudaram com as plataformas digitais de produção e distribuição? Como está sendo no seu caso?

M.F.: Não sei se mudaram. Acho que a tecnologia trouxe mais confusão do que outra coisa qualquer. Os valores da produção e da distribuição continuam a ser super tradicionais. Uma boa crítica no Ípsilon/Público continua a valer imenso para o livro ser promovido do que ter 500 amigos no Facebook, 500 amigos que já se sabe que não vão comprar o livro. Há mais confusão porque tem as lojas online em vez de físicas, aí sim talvez tenha havido uma mudança, mas a mudança não foi por causa do digital, foi por causa da implantação da Fnac e dos grandes grupos editoriais terem reduzido o mercado de distribuição e por isso continua a ser a coisa mais básica e tradicional possível. Se o livro não tiver na Fnac e na Bertrand... é como se “não existisse”. Por isso acho que as coisas mantêm-se de certa forma.

Entrevistador: Fique à vontade para questionar a relevância das perguntas, isso faz parte da reflexão também.

M.F.: Claro. Para finalizar, podemos pensar também o seguinte: os *e-books* trazem alguma vantagem em termos de consulta. Hoje em dia é mais fácil encontrar livros antigos ou trabalhos académicos graças à net. A maior parte deles se encontra em servidores de bibliotecas públicas ou privadas que oferecem esses serviços. Tudo bem que, tendo um *e-book*, isso já nos aconteceu, uma pessoa comprar o livro digital no Brasil, porque era mais barato para ele do que

mandarmos o livro com os portes. Há estas pequenas coisas, mas acho que nunca afeta o fundo de questão do que o livro é, como ele é vendido, comercializado e divulgado, como ele chega às pessoas. Tudo isso também mudou com os *e-books*, claro. Quer falar do designer, quer falar da máquina quando imprime, estas relações também baixaram os custos o que também traz logo uma reflexão positiva porque vê-se que é mais fácil e mais barato imprimir agora do que era há 10 ou 20 anos atrás. Por outro lado, qualquer pessoa imprime, por isso há mais ruído, e há aqueles livros mais estúpidos também [risos].

Entrevistador: um parêntese nessa pergunta: você disse que vendeu para o Brasil. Vendas internacionais são relevantes para você?

M.F.: A dada altura foram mais do que estão a ser agora porque nos últimos três ou quatro anos, quando recuperamos uma distribuição comercial aqui em Portugal, em 2014 acho eu, passamos a ter outra vez olhos sobre nós. E também foi uma altura que ganhamos aqueles prêmios da Amadora, que também puseram olhos em cima de nós. Mas houve ali um período entre 2004 e 2014 que nos não tínhamos essa distribuição profissional. Isso fez com que eu fizesse livros bilíngues ou mesmo só em inglês porque fiz um circuito um bocado internacional, basicamente em festivais europeus, tais como Angoulême, Roma, Helsínquia, Estocolmo, Malmö, Valencia, Berlim... E com isso arranjar pessoas que queriam distribuir e vender. Algumas dessas relações mantiveram-se, do Brasil também vieram cá pessoas que gostaram e levaram nosso material para lá, para os EUA também enviei, não lembro bem das histórias, mas sim, teve importância, porque já quando estava “mal habituado”, com boas tiragens, 1000 exemplares, a ter uma distribuidora que fazia este trabalho. Em 2004 deixo de o ter, fico preocupado, já não se pode ter o mesmo modelo. Não só baixa a tiragem como passa a ser eu a tratar da própria distribuição. Um trabalho quase sem fim e muito chato de se fazer, muito trabalhoso mesmo, e muitas vezes não compensa muito porque tás a discutir com uma loja por causa de 7 euros ou 47 euros, e mesmo que fossem 100 euros... tás a perder quase um ano a enviar emails que eles não respondem, a telefonar, a mandar uma fatura que eles não pagam...

Entrevistador: Hoje em dia você tem uma distribuidora contratada, não é?

M.F.: Sim. Europress. Que curiosamente passou a ter quase todo o catálogo de editoras de banda desenhada em Portugal. Primeiro foi lá parar uma editora, depois fui lá eu, depois o El Pep também foi lá parar, o Polvo também, e depois já são novas editoras lá concentradas, é curioso.

Entrevistador: Tem funcionado bem?

M.F.: Talvez. Agora eles já não dão tanta prioridade, porque há um Capitão América, um elfo qualquer. A coisa mudou de 2014 para 2017. Houve uns pulos, que são interessantes também, não posso olhar só a minha parte, não é?

Pergunta 3: Quais as estratégias para se viabilizar o objeto livro, neste contexto em que a indústria gráfica e talvez o interesse pelo impresso mostra um certo declínio?

M.F.: Quem diz isso?

Entrevistador: É uma premissa.

M.F.: Qual é essa premissa? Por que há esse declínio? Gráfico?

Entrevistador: Fala-se da indústria gráfica em geral. Há um declínio de vendas, editoras fechando, livrarias fechando, veículos de mídia fechando...

M.F.: Mas está a falar no geral, tipo gráfico no sentido literário.

Entrevistador: Parte-se do princípio que o objeto impresso ocupa um espaço cada vez menor na nossa rotina. Se você pensar, até há pouco tempo, numa sala de espera por exemplo, o sujeito pegava uma revista ou um livro, e hoje em dia ele saca o telemóvel. É nesse sentido que se fala de um declínio do interesse pelo impresso.

M.F.: Epá, mas acho que isso não é dogmático. Se calhar as pessoas diziam a mesma coisa quando apareceu o *walkman*, em vez de estares a ver uma revista estavas a ouvir um walkman nos seus ouvidos e não estavas a ler... Não sei se isso é verdade, porque além de se editar mais, continuam a existir pessoas que leem livros e revistas. Não posso concordar logo à partida com essa premissa na pergunta, acho eu, não tenho a certeza. Sobre as estratégias, o fato de ser uma editora pequena tem sempre uma área de conforto um bocadinho maior do que uma grande editora. Vamos imaginar, se um *best-seller* está a vender 1 milhão quando antes vendia 5 milhões, aí podemos falar em declínio e problemas de uma coisa que é indústria, ou seja lá o que isso quer dizer, vai resolver o problema, que não é meu. Para o tipo de livros que edito, sempre será uma coisa, infelizmente, não que eu concorde com isso como premissa, minoritária. Quem se interessa por *punk* não são os tais 5 milhões, são mil pessoas, que foi a tiragem que fizemos – vamos ver se esgota, à partida parece que vai. Se calhar podia ter feito 2 mil ou 3 mil, não sei. A partir desse momento há essa área de conforto que permite pensar que não é um problema à partida, não sei se isso faz algum sentido. Tento chegar ao máximo de pessoas

dentro dos poucos recursos que tenho, que é do formato tradicional de distribuição do mercado livreiro. Tento sempre encontrar formas de chegar às pessoas noutras situações, como eventos, festivais de música ou até mesmo nos próprios livros. Por que afinal o que é um livro, não é? Pode ser um livro de culinária, um livro de viagens, e quando é tão específico nos seus próprios trâmites ou métodos de trabalho. Quando começamos a fazer uma coleção de viagens, apesar de não ser uma viagem “Lonely Planet”, nem coisa que se pareça, realmente tivemos um interesse de alguns media nos primeiros volumes dessa coleção. Um deles foi até depois premiado (Zona de Desconforto), sobre imigração portuguesa, criou algum interesse. Essas coisas acontecem um bocado por acaso, e de uma forma orgânica, tipo, não dá para controlar. Ah, aí posso dar-te razão ao falar em declínio de gráfica, aí sim, os jornais estão impossíveis, não é, completamente controlados por seus grupos económicos e não há espaço para outro tipo de livros, e no caso da banda desenhada está completamente acabado. Não há nenhum sítio, tirando o Jornal de Letras, que divulgue com regularidade a banda desenhada. Quando eu faço questão de dizer que os jornalistas pagam 50% sobre o preço de capa, não estou a perder nada, não estou a alienar ninguém porque já não há ninguém para escrever nos jornais, suponho eu. Por isso as coisas são um bocado à [maneira] *rock'n'roll*, que é um bocado também o que define as ideias de alguns livros que tenho feito pessoalmente ou com a Chili ou com a MNRG em relação à banda desenhada, ou em relação aos livros, que é buscar práticas do rock ou da música ou qualquer coisa do género: o confronto na cara, em vez de estar à espera num supermercado ou na Fnac. As pessoas vão comprar, se calhar vou num festival de eletrónica, jazz ou death metal, ou de teatro, ou seja o que for e estar lá com livros e mostrar às pessoas. Se calhar, é a única forma, dada a altura, não é? E também há situações especializadas, obviamente, como os festivais de banda desenhada ou de produções independentes que geram também um circuito próprio.

Entrevistador: Eu lembro-me de ter visto você numa escola, durante o 1.º Festival de Edições Independentes, na Escola Artística António Arroio. Esse contato com estudantes é importante, você está ali criando um público novo. E você tem também uma presença muito grande na internet, atualizando vários blogs...

M.F.: Mas não tenho “fezesbook” [risos]

Entrevistador: Pois. Ao mesmo tempo está tão presente nos blogs, Chili com Carne e Feira Laica.

M.F.: O da Feira Laica está morto, não é? De vez em quando é atualizado, mas é mais um espaço de memória, raramente atualizado. O caso é que prefiro os blogs que o Facebook. Tem lá o teu ambiente, e podes mudar suas cores. É a tua cara, né. Não queres que tua cara seja uniforme, como se fosse um 1984. O Facebook é quase como uma linha branca de eletrodomésticos. Tudo aquilo branco, tudo frio.

Entrevistador: Há um plug-in que inverte as cores, mas é 1984 de toda forma...

M.F.: Ah. Ok...[risos]

Pergunta 4: Na produção e distribuição do livro, você vê os ofícios tradicionais – como tipógrafo, impressor, encadernador, gravador, livreiro – sofrendo grandes transformações?

M.F.: É capaz, há situações em que já não encontras quem possa fazer. Por exemplo quando fizemos “*A maiúsculo com círculo à volta*” queríamos que as laterais do livro estivessem pintadas de vermelho, por exemplo. A gráfica que trabalhávamos regularmente ficou “epá, como é que vamos fazer isto?” e teve que lembrar e perguntar a alguém para conseguir arranjar. Um episódio que, se calhar, revela que há coisas que estão a mudar. E é natural que isso aconteça. Por outro lado há a recuperação dessa tecnologia noutros sítios, como por exemplo O Homem do Saco, Oficina do Cego, a Inês ali das Artes e Letras, que estão a recolher toda aquela maquinaria, tem todo o prazer em refazer a tipografia toda, pôr as letrinhas em ordem... Acho uma coisa maníaca e esquisita mas respeito, obviamente, e acho interessante esse tipo de atitude, de poder fazer teu trabalho como te apeteça. Há situações que se podem voltar atrás e outras não. Nunca mais voltei a fazer fotocópia, como fazia nos fanzines nos anos 90. Eu, que sou o grande vencedor dos fanzines... [risos]. Provavelmente, se me perguntares como se faz um fanzine, eu não vou saber como se faz nas tecnologias de hoje. É para entregar como? PDF... obviamente há sempre essas mudanças que surgem. Antes havia os fotolitos, agora basta se entregar um PDF, e é quase super fácil fazer quase tudo na gráfica, quase não há nada a retificar. Sei lá, as coisas nesse sentido mudaram para melhor, mas depende do trabalho que queres fazer. Nesse aspeto, se queres complicar o trabalho, o que também dá outro prazer a quem o faz, demora mais tempo, e aí não há grandes mudanças em relação ao que era antigamente. Continua a ser moroso, trabalhoso, “man power”, pois as máquinas não conseguem fazer certo tipo de coisas. Demora tempo e dinheiro. Mas também nunca fui por aí muito longe. Não tenho feito coisas muito a ver com edição de autor ou de artista, mínimo, pouca tiragem, objeto, as tiragens dos livros eu tento sempre que sejam 500 exemplares para

cima, processo industrial, algum pormenor ou outro. No passado fiz alguns livros sobre serigrafia, acompanhei alguns trabalhos na altura, e é engraçado fazer isso, mas já me passou o tempo, nem nessa altura gostava assim tanto. Estava com agrafos a colocá-los com a borracha para fechar o fanzine. Só fazia porque não tinha dinheiro, era estudante e puto, por isso tudo bem. Mesmo assim, a dada altura, quando as fotocópias eram bastante baratas, e sempre foram na realidade, e os serviços nos centros de cópias incluíam o agrafos, pá, ponham-me o agrafos, por mais dez cêntimos... isto é, não tenho esse fetiche de outros editores que gostam de controlar e fazer isso tudo. No meu caso o projeto é chegar mais longe às pessoas, não ficar num circuito fechado de colecionadores / fetichistas / microedição. Não tenho esse interesse. Não quer dizer que não faça de vez em quando, que não respeite ou não consuma, mas os projetos são para chegar o mais longe possível.

Entrevistador: Uma edição MNRG que parece ser um livro de artista é *Wonderful Choice*, de Marriette Tosel.

M.F.: Não é, fizemos 700 exemplares, por acaso está quase a esgotar. Lá está, pede-se um orçamento, existem ainda encadernadores que usam pele sintética, aquela gravação feita de forma manual, custa algum dinheiro de certeza, o resultado é este, custa “X” o unitário, bora lá fazer, não é? [risos] Mas se falsifica, se parece que é feito em casa... melhor ainda [risos].

Pergunta 5: Você imagina mudanças consideráveis na relação com o público leitor futuramente?

M.F.: Não sei. O público é mutante. Pessoas morrem, casam, têm filhos, compram uma televisão. Uma coisa que já percebi é que pessoas que eram sócias da Chili compravam livros da Chili regularmente. Passados um ano ou dois, deixam de comprar. Desaparecem mesmo do mapa. Pode ser que tenham passado a comprar na Fnac, ou preferem uma livraria do bairro, não tenho ideia. Ou então desinteressaram-se de comprar banda desenhada, não há forma de saber. Há uma massa que vai e volta, mas na realidade estamos a vender mais do que nunca em 17 anos de existência. Digo 17 porque 2000 é o período em que começamos no caso da Chili e da MNRG a editar como projeto principal, pelo menos dentro da Chili com *Carne* (a MNRG foi uma coisa ao lado). A relação pode também mudar, isso tem a ver com ficar mais velho. Se calhar não terei mais tanta energia, como já me aconteceu, para ir a todas as feiras, todos os sítios, se calhar tá cansado ou não tens folgas no trabalho ou formas de faltar, cenas assim. Tenho 44 anos, daqui a dez anos tenho 54, não sei se me topo a me chatear a carregar caixotes

dentro do carro para vender um livro em Nossa Senhora do Assobio. Se calhar não, já não vou ter essa vontade, essa energia, mas se calhar sim, posso querer fazer essa coisa e não morrer nunca. A bola de cristal não está a funcionar bem agora. [risos]

Entrevistador: Carregar as caixas é parte do seu ofício.

M.F.: Sim, sem dúvida, e do terceiro andar. Sem elevador [risos] Sim, as feiras passaram a ser uma coisa super importante, sobretudo naquele período 2004-2014. Uma feira com uma mala cheia de livros de 20kg para pegar um avião para o Estocolmo ou uma Feira Morta com poucas ou muitas pessoas, isso varia, tás a carregar livros, caixotes mais caixotes. Vai haver uma altura que deixo de achar piada a isso e não queira mais ser *on the road* e passe para uma distribuidora que cuide da distribuição e eu fique em casa a ler BD ou a ouvir música. Ou então tenha alguém, um empregado, um jovem acólito super militante.

Entrevistador: A nova geração.

M.F.: Sim, e tem acontecido. Não conseguimos ser ubíquos, e tivemos três feiras num fim de semana. Aparece uma pessoa e dizemos: olha, há aqui uma situação, vais para lá, colocas numa mesa, 50% das vendas são para ti. Aí de repente a Chili está em três sítios diferentes, uau. [risos]

Pergunta 6: A última pergunta talvez pareça um pouco ofensiva. Já imagino a resposta mas seria bom ouvir nas suas palavras: o lucro é uma questão que norteia sua atividade? Consideraria mudanças no seu modelo de sustentabilidade?

M.F.: O dinheiro nunca foi um problema para nós. Não norteia, no sentido de que primeiro vem a obra, o livro, a edição, depois procura-se dinheiro. Sempre foi assim que trabalhei, é assim que trabalho. Se calhar traz uma zona de conforto porque os piores anos que vi a chegar menos dinheiro para nós, tínhamos muitos projetos. Em 2011 tivemos uma série de livros e olhava para a conta bancária e pá, fogo... Se calhar isso não via dar, e pela primeira em X anos desde que existimos vamos chegar a zero. Depois não aconteceu. Os livros vendem-se, vão vendendo, mesmo num ritmo muito lento. É raro haver um livro que seja rápido. Essa está a ser nossa grande surpresa com o livro do Punk, que em 20 dias pagou a edição. Fizemos uma grande tiragem, 400 exemplares na distribuidora e os outros 600 voaram, simplesmente. Não é nada normal para nós isto acontecer. Os livros se esgotam mas (...) leva nove ou dez anos. Um livro se esgotar num ano é para nós fora do comum. Que se passa? A ideia é sempre primeiro o que se quer fazer e depois como arranja-se dinheiro. Arranja-se. Se tens um projeto, não se sabe se

é bom ou mau, se tem algum interesse e desde que tenha jogo de cintura para aguentar o embate... Acho que é possível sempre arranjar dinheiro, nem que mata-se uma velhinha ou pede-se dinheiro ao banco [risos]. Não, essas são as coisas ilegais. As coisas legais: pode-se fazer uma festa, fazer pré-venda... coisas chungas como *crowdfunding*, que acho moroso e horrível, chama-se os amigos para se fazer uma vaquinha. A Chili Com Carne, por ser uma associação cultural, juvenil, tem alguns programas de apoio, através deles consegue-se algum dinheiro e graças a isso muitos livros foram feitos. Como isso não é um projeto para enriquecer de hoje para amanhã... pode demorar tempo até termos essa massa de dinheiro. Se daqui a 5 anos aparece um livro muito giro, e temos uma boa base na conta bancária, temos o livro e o dinheiro, bora lá publicar. Não temos pressa e as coisas têm estado a evoluir de uma forma muito positiva. Dinheiro não é um problema para nós e acho que nunca foi. Vamos lembrar o *Boring Europa*: tínhamos uma parte do dinheiro. Faltavam-nos 1000 euros, éramos seis, cada um pôs 200 euros. Também fomos fazer férias, e desde quando tens férias com 200 euros pela Europa inteira, não é? Quando voltámos fizemos a venda de objetos esquisitos que tínhamos encontrado na viagem, CDs, fanzines, e andámos a sortear no Porto e fizemos mais um bocadinho de dinheiro. Trouxemos livros desses países todos que visitamos, e ao vendê-los também financiamos o projeto. Eu acho falta de imaginação quem se queixa de dinheiro. Tem de inventar alguma coisa qualquer e não esperar que o dinheiro caia do céu.

Entrevista com Luís Alegre

Editor da Stolen Books e produtor gráfico em Ideias com Peso.

Stolen Books / Ideias com Peso, Bairro Alto, Lisboa, 28 de agosto de 2017.

Pergunta 1: Por que ainda optar pelo impresso? Há algo de utópico nesta escolha?

L.A.: Eu acho que é exatamente no momento em que se ponderam os problemas da materialidade – e este é o momento que temos estado a viver desde a hegemonia do digital – que se geram aparentes fraturas e mudanças, e por consequência um conjunto de pessoas e instituições, organismos, etc., de alguma forma, repensam os modelos do passado, que até agora têm sido estruturantes. E o livro e o papel impresso têm uma longa história. A verdade é que todos os simulacros de livros que o sistema digital tem vindo a experimentar são, como em tudo, momentos que aparentam matar o suporte tradicional, mas que apenas o atingem, não chegando a matar, como o vídeo não matou o rádio e o rádio não matou o espetáculo ao vivo, e por aí em diante. Acho que nesse contexto surgem sempre mais certezas, e a certeza é que uma coisa não substitui completamente a outra. E há complementaridade, e há autonomia, cada suporte, cada forma de fazer tem sua realidade própria e o seu interesse, as suas especificidades, as suas idiossincrasias. Eu procuro tirar partido daquilo que os sistemas me proporcionam. Não poderia publicar o que publico sem os sistemas de impressão digital, por exemplo. Muitas das tiragens pequenas são baseadas em sistemas digitais. Mas acho que continuará a ser determinante a materialização/tangibilidade da obra.

Pergunta 2. Na sua visão, as práticas editoriais mudaram com as plataformas digitais de produção e distribuição?

L.A.: Não uso suportes digitais a não ser de venda e promoção do livro. Privilegio os modelos tradicionais. Na história dos livros de artista, dos artistas a fazerem livros, mesmo quando os artistas fazem um livro único, há sempre a vontade de criar múltiplos para fazer circular, ganhar visibilidade, etc. Na grande maioria das vezes, no caso da multiplicidade dos livros, as questões técnicas estão muito desenvolvidas para atender a grandes quantidades. Um artista que queira fazer 50 livros apenas, porque acha que o seu universo é este e a tiragem deve ser essa, vê de forma muito complicada essa produção, porque vai ter de gastar imenso dinheiro para imprimir X cópias. O fato de não terem público para fazer grandes tiragens levou os artistas a procurar formas alternativas de impressão. A risografia aparece numa dessas lógicas, uma forma mais barata de fazer algo parecido como o offset. E mais higiénica, se quiseres, do que fazer serigrafia. Antes disso aparecem as fotocópias, os mimeógrafos... Essa intenção sempre esteve

lá. Com o digital aparece mais uma solução disponível para fazer as tiragens que o editor prevê que sejam conceitualmente certas para aquele tipo de edição. No meu caso específico, o meu mínimo era de 300 exemplares. Eu percebi que se mantivesse as tiragens em 300 exemplares iria ter grandes dificuldades em escoar em tempo útil os livros. E por outro lado, não tinha capacidade de armazenamento. Para tornar a comercialização dos livros viável, tive de criar um sistema que permitisse atingir rapidamente o *break even point*, para publicar o seguinte, visto que numa primeira fase não tenho um objetivo financeiro ambicioso, quero apenas que os livros se paguem para eu poder continuar. Tinha de criar um sistema sustentável. Por outro lado, percebi que as tiragens mais pequenas têm maior interesse, em relação a colecionadores, etc. A questão que se colocou foi: como vou fazer 50 livros exatamente com uma aparência próxima de uma tiragem industrializada em que a tiragem mínima são 300 exemplares? Aí surge o digital, tecnologia já desenvolvida; havia sistemas de impressão que me interessavam mais do que outros e até encontrar um modelo que fosse bom tecnicamente, que me desse uma impressão que me interessa plasticamente, com tintas resistentes, calculadas como coisa durável. Isso era determinante, tentar encontrar quem oferecia essa tecnologia de impressão e depois um sítio que fizesse as encadernações de pelo menos 50 exemplares com qualidade. Continuo a fazer livros com um aspecto absolutamente tradicional sob o ponto de vista da construção, mas dificilmente os faria se não houvesse sistemas digitais.

Pergunta 3: Quais as estratégias para se viabilizar o objeto livro, neste contexto em que a indústria gráfica e talvez o interesse pelo impresso mostra um certo declínio?

L.A.: É curioso tentar perceber o que se passa. É meio paradoxal. Sei isso porque trabalho no ateliê com inúmeras editoras ditas *mainstream*. Trabalho com a maior parte das editoras portuguesas, fazendo capas e tal. E já lá vão uns anos nisso. O que tenho vindo a sentir: desde 2008 há um declínio dos números de vendas de livro. Mas isso corresponde simultaneamente a um aumento no número de edições. Esse número é para Portugal, mas também acontece noutros países. Não sei se acontece em países como o Brasil ou a China, países que começaram a ter uma classe média com poder aquisitivo e a combater recentemente a iliteracia, ou seja, talvez aí existam mais pessoas interessadas em ler. Mas no mundo dito Ocidental esse declínio existe de alguma maneira. Uma das respostas que alguns estudos oferecem é uma espécie de habituação do público, de parte do tempo da leitura ser atualmente preenchida por leitura *snack*, seja no telemóvel, no Facebook, vai-se lendo aos bocadinhos. E quando se chega ao momento do livro, há perda do ritmo de concentração. Isso é uma das coisas. Outra: há imensas vendas de leitores do género Kindle, iPads, *tablets* em geral. Mas as vendas de livros digitais não são

boas, são péssimas. Há muita gente que lê, que deixou de fazer parte do número de leitores de livros porque passou a ler livros em iPad ou Kindle, o que também não é oficial porque leem livros piratas, em PDF. De repente perde-se o número de leitores que estão de fato a ler. Os números oficiais estão em queda. Mas nunca se publicaram tantos livros, porque a forma de combater isso é exatamente fazendo mais. Como cada editor vende cada vez menos quantidade de cada título, para se viabilizarem têm de vender muitos títulos. Pouca quantidade de cada, mas muitos. Antes, como exemplo, bastava vender 10 porque 5 desses 10 livros iam vender 10 mil exemplares. Agora, se venderem 1000 exemplares de cada, já é muito. Portanto, o que precisam? Publicar muito. Isso implica baixar os custos de cada publicação. Desde as gráficas, os designers, os ilustradores, toda a gente envolvida na produção de um livro dito *mainstream* teve de baixar os seus valores. Os próprios direitos de autor, as traduções, tudo isso. Apesar de tudo, a queda das vendas dos livros *mainstream* fez com que entrassem mais títulos em Portugal. É curioso: vendem-se menos livros mas nunca se publicou tanto. Agora, sobre a questão do declínio devo confessar que não tenho muitas certezas. Há de fato uma série de leituras e desconcentrações que nos levam a afastar do livro. Mas isso também não é uma verdade universal, pode ser momentâneo. Os estudos sobre isso estão por se fazer à séria e há muita mistificação. Gosto de dizer que durante algum tempo a Amazon criou – porque lhes interessava e interessava aos editores – uma ideia que se vendia mais livros eletrónicos do que em papel. Houve até um ano em que chegaram a anunciar: “Pela primeira vez vendemos mais livros eletrónicos do que em papel!” Era tudo mentira. Estavam interessados nisso porque têm hipergastos em armazenamento, e com isso deixavam de ter, bastavam só discos, além de toda a economia no processo gráfico. A verdade é que isto nunca aconteceu. E ao mesmo tempo, no caso dos livros de artista, nunca se publicaram tantos; veja-se a quantidade de feiras que há pelo mundo, a quantidade de editores, os acontecimentos relacionados... Nunca teve tão hegemónico, pelo menos no meu período de vida.

Entrevistador: Um comentário: em Portugal houve em 2006 uma feira na Culturgest sobre livros de artista, que a gente pode interpretar como ponto de viragem na cultura do livro de artista por aqui.

L.A.: sim, talvez tenha havido influência. Eu acho que há outros fatores: um certo declínio no mercado da arte, e há a questão da praticidade do objeto livro, que pode ser enviado para um outro país com muito mais facilidade que uma tela de grande formato. O interesse vem dos próprios artistas. São fenómenos de moda, de mimese. Quase todas as capitais têm hoje uma feira voltada para os livros de artista. Nem sempre é rentável, porque as feiras rentáveis são as que se passam em grandes metrópoles. Apesar de tudo, o interesse pelo livro de artista continua

a ser muito limitado. Só em cidades com muita gente se consegue encontrar 20 ou 30 mil pessoas interessadas em livros de artista. E isso passa a ser um fenómeno que leva as pessoas a irem de Lisboa para Tokyo ou São Paulo. Eu já estive em feiras pequenas na Europa. Não digo que essas feiras não tenham interesse, mas não são significativas do ponto de vista das vendas. Faz-se os contatos, conheces as pessoas, vende-se, mas as vendas não são suficientes. Se todo o circuito de feiras fosse assim, deixavas de ir pois os gastos são muito maiores que os proveitos. Mas quando vais a uma feira como a Plana, em São Paulo, mesmo com a crise atual, é um evento altamente rentável para toda a gente. Havia lá trezentos stands, mas com uma quantidade de gente interessada em comprar, absolutamente brutal. Nesses sítios tu consegues viabilizar. Os chineses criaram a Feira de Livros de Artista de Xangai; observaram essa possibilidade, de criar público suficiente para poder viabilizar. Mas já estive com gente que está a querer realizar feiras na Holanda, mas acham que não há gente suficiente. O país tem uma posição central na Europa, mas é preciso que conseguissem atrair toda a gente do continente. Normalmente se conseguiria em Paris, em Londres... Portugal, por exemplo, é muito difícil de atrair pessoas. As pessoas podem achar super simpático o Sol, a comida e tudo mais. Mas ou pagas para as pessoas cá virem, e mesmo assim não vão vender nada. E não é só a questão da venda, há também os contatos. Tens que importar vendedores e público [risos]. Já estive aqui em duas ou três feiras em Lisboa, são interessantes do ponto de vista de falarmos uns com os outros, mas não se passa nada. É um mercado muito mais difícil. Quando comecei a vender livros de artista em Portugal, era um mercado de colecionadores e artistas interessados, as vendas faziam-se sobretudo no lançamento dos livros e no contato com colecionadores.

Pergunta 4: Na produção e distribuição do livro, você vê os ofícios tradicionais – como tipógrafo, impressor, encadernador, gravador, livreiro - sofrendo grandes transformações?

L.A.: Tenho uma visão otimista. Acho que não estão a desaparecer, acho até que houve um ressurgimento. Posso estar enganado, não tenho dados científicos, mas o *feeling* é exatamente o contrário. Este mercado veio trazer recuperação desse tipo de ofícios. Posso dizer o meu caso: passei a dar trabalho a encadernadores e a um conjunto de outras entidades que estavam condenados a desaparecer porque só havia um ou outro cliente a pedir encadernação de livros antigos e eventualmente bibliotecas a solicitar o restauro de coleções com capas velhas. Há exemplos, em outros países, de faculdades com cursos de design em que os alunos se põem a recuperar uma tipografia velha, tradicional, a comprar tipos na net, a recuperar sistemas analógicos, e vemos a serigrafia hegemónica outra vez. Enfim, vejo exatamente o contrário.

Vejo um ressurgimento dessas coisas que aparentemente estavam condenadas. Eu não acredito em coisas mortas. O livro tem 600 a 700 anos de História... Vimos o vinil completamente “morto”, e uma das razões da “morte” do vinil tem a ver com o formato digital. A verdade é que o digital, paradoxalmente, veio trazer uma vida nova ao vinil: o vinil foi desaparecendo com o aparecimento do CD, mas o CD foi “enganado” pela net, que passou a disponibilizar música gratuita. As pessoas convenceram-se que “a música morreu”. “Como vai ser a vida dos artistas?” Mas o pânico era dos editores, não tanto dos artistas, que rapidamente perceberam que podiam dar concertos e passar a ganhar dinheiro dos concertos em vez de o dar todo à editora. Por outro lado, a música continua a ser um suporte que as pessoas de alguma maneira gostam de materializar. Essa materialidade não é como era há alguns anos, mas de todo o modo é um suporte que passou por um mal bocado para atingir um novo patamar. Isso fez com que as gravações em vinil hoje sejam excelentes, muito melhor do que alguma vez foram. A própria espessura é muito melhor que há uns anos, e a parte gráfica é extremamente atrativa. Ou seja, veio reforçado. Ponha isso nos livros: vai haver um momento em que aparentemente os livros vão morrer e vai ser tudo uma grande desgraça. Mas vai haver um momento em que se percebe os limites de um PDF. Certa vez comprei um livro para o Kindle: não conseguia tirar uma porcaria de uma citação para colocar na minha tese, não conseguia. Tive de encontrar um ficheiro falso, pirata para ir lá buscar. É uma coisa estúpida. Não se pode emprestar, e faz parte da dinâmica social o empréstimo, a troca. Há toda uma história que fica fora se não houver materialização. Essa materialização pode ser posta em causa, e é de fato às vezes usada até para aperfeiçoar o sistema. De fato já não precisamos imprimir tantas coisas que de fato não têm um grande interesse. Mas há outras que queremos continuar a ter. Não se sabe quanto tempo pode durar um PDF. O humano pensa sempre nessas coisas: o que pode ficar para a História? Nós sabemos que os livros podem resistir 600 anos. Mas não sabemos o destino do PDF, e sabemos que sem eletricidade não há PDF. Acabou-se a bateria, acabou-se a leitura. Uma coisa não substitui a outra, embora possam complementar-se. Hoje é muito fácil fazer uma tese; investigar é muito mais fácil com o digital. A maior parte dos livros que consultei para fazer os meus estudos, arranjava na net. Mas todos os que tinham verdadeiramente interesse, livros lapidares, que achei que eram mesmo pertinentes, comprei-os em papel. Sei que se tiver algum cuidado de conservação, eles vão durar. Os PDFs, não sei quanto tempo vão durar. Tenho a experiência do ateliê há 20 anos, e lá tenho livros de alguns softwares que eu já não consigo abrir. Teria de fazer um grande exercício, se é que os conseguiria abrir. Talvez já estejam danificados na sua leitura e já não sejam utilizáveis. Não sou o único, as pessoas vão pensando assim. Um dos estudos que li sobre a manutenção do livro físico suscitava questões tão prosaicas como as

prateleiras: o que as pessoas põem nas prateleiras? [risos] Livros fazem parte da casa. O livro está tão enraizado, faz parte da casa, e isso faz parte da sua manutenção. Não existirem livros faz com que desapareça uma série de coisas: não só quem os faz, quem os traduz, quem os lê. Não há alternativa. A alternativa apresentada não é de substituição, é de complementaridade. No processo vai havendo ajustes. Tem sido sempre assim, e as várias crises que a gente tem visto na área da imagem e do som têm demonstrado isso. Pode haver uma espécie de separação do trigo do joio: ao nível da publicação geral, tudo vira livro e se calhar também não tenha de virar.

Entrevistador: É uma questão, pois há também um componente ambiental nessa produção.

L.A.: Como em tudo, mas há uma economia ecológica que exige o consumo da madeira. Provavelmente haverá novos tipos de papel. Hoje em dia há papéis não só de madeira: imprimo papel de batata, de pedra; tens hoje “n” materiais para se fazer papel, não só árvores. Por exemplo, as masters geradas na impressão risográfica são feitas de fibra de bananeira. Essa própria crise ecológica faz apurar, encontrar alternativas. Hoje fazem-se papéis que não põem em causa o equilíbrio ambiental. Não me parece que o livro hoje em dia ponha em causa o equilíbrio ambiental, já que em última instância o livro é também reciclável. A crise do livro vem mais do ajustamento às novas formas de conteúdo. Enquanto em Portugal e na Europa há um decréscimo enorme na venda de revistas, o contrário está ver-se na Ásia: nunca se viu tantas revistas à venda como há agora. Há um mercado efervescente na China. Aquilo que é realidade de mercado num sítio, não é realidade no outro. Em síntese, não acredito na morte das coisas, acho que elas vão sendo reajustadas.

Pergunta 5: Você imagina mudanças consideráveis na relação com o público leitor futuramente?

L.A.: Eu penso em ampliar o público. A minha ideia de publicação tem a ver com a possibilidade de os artistas chegarem a mais público possível. Não é assim uma visão “Taschen” da coisa, *worldwide*, grandes quantidades. Não é essa ideia. A ideia vem primeiro da minha relação com a arte. Sou artista plástico de formação e a minha formação leva-me a estar atento a estes fenómenos. Por outro lado, o meu trabalho baseia-se muito na questão da apropriação, da cópia, da replicação, da duplicação. Isso é um assunto que me interessa desde sempre. Portanto o livro faz parte deste universo: o universo da cópia, da reprodução. Eu sinto que quando publico um determinado artista aproprio-me, de alguma maneira, da obra desse artista. Como é imenso sabido, escolho artistas que me interessa comunicar e disponibilizar. Também me interessa que o máximo de pessoas possa ver a obra desse artista. Preciso conhecer formas

de isso se viabilizar, criando visibilidade. Interessa-me criar visibilidade para os artistas, para que possam ser vendidos. Se me interessa manter essa lógica de vender os objetos que os artistas criam, a mudança não sei exatamente qual é, mas a mudança é olhar para o universo da arte e da produção artística e perceber o que pode vir a gerar um objeto curioso e encontrares modo de o materializar. Quando fazes isso de uma forma genuína, interessada, convicta, gera-se um público naturalmente. Não tenho essa apreciação absolutamente consciente, de olhar os livros que já editei e dizer: uma linha muito coerente! Não tenho essa capacidade. Há imensas incoerências e isso também me interessa. Tenho ouvido observações, nomeadamente em feiras, acerca dessa tal “linha de identidade”. É natural que exista, mas não tenho consciência dela. Sei que há uma série de princípios que têm a ver com o meu olhar sobre aquele artista, o universo em que trabalha, o interesse que me desperta. Ainda não fiz e espero não fazer – seria condenar a editora e estar já num outro sistema – mas nunca publiquei um artista de que não gostasse da obra. Eu tenho de gostar verdadeiramente. Eu acho que quando se faz a coisa assim acaba por se gerar um público. Vai havendo uma coerência e um conjunto de produtos que de alguma maneira o público vai aceitando. Publiquei recentemente o livro de um designer português que vive nos EUA. O universo dele é o cartaz. Eu tinha um *feeling* enorme no trabalho dele. Uma das características do trabalho dele, para além de uma espécie de iconoclastia gráfica, é a pulsão do trabalho: trabalha incessantemente. A certa altura vimos que só em cartazes tinha feito quase 200. Fizemos uma seleção de todos os cartazes que ele fez em 2016, e eu comecei com uma edição de 300 exemplares, não numerada, que vendi numa semana; venderam-se todos. Se eu fizesse mais, venderia mais, mas aqui há de se fazer uma espécie de gestão da procura e do interesse. Se eu fizesse mais, eu ia fazer negócio, mas estaria a defraudar expectativas do público ao mesmo tempo, no sentido em que o público compra esses livros porque gosta dos trabalhos deste artista, mas também acha que está a comprar uma coisa que não é totalmente massificada.

Entrevistador: O livro já é raro na própria origem, não é?

L.A.: Exatamente, a gestão do raro, da raridade, é uma estratégia de visibilidade. Pode-se tornar visível se tiver dinheiro, faz-se uma pirueta publicitária qualquer. Mas interessa ser conhecido assim? Não é mais interessante o conhecimento que nasce de uma espécie de obscurantismo inicial, uma coisa meio camuflada, rara? Alguma invisibilidade, alguma raridade capitaliza o teu negócio. A Taschen é mestra nisso: tem os livros “large”, que são caros, não vendem tanto e não se pagam, mas de algum modo impulsionam as vendas dos “medium” e dos “small”, que vendem milhares. Sou colecionador de alguns livros. Tenho andado a comprar aqueles que consigo e que posso de um artista americano chamado Raymond Pettibon. Há livros que já

comprei por 100, 150 euros, de 1000 exemplares, quando o artista ainda era meio *underground*, e hoje já valem 400, 500, 1000... Há uma valorização destes livros que tem a ver com a raridade. Há alguma estratégia nisso e a escolha que fazes, o número de livros que editas... Eu não tenho isto em cartilha, mas tenho intuído.

Entrevistador: Uma curiosidade: tens muitos livros em casa?

L.A.: Sim, sou um comprador compulsivo, já era antes de ser editor. Curioso: tenho imensa dificuldade de comprar nas feiras. Apetece-me muito mas não tenho capacidade de seleção. Mas acabo por comprar. Quando vou às feiras normalmente não quero vir carregado, é uma das razões que me fazem comprar menos. Normalmente procuro coisas mais leves e pequenas. Mas ainda compro imensos livros.

Pergunta 6: O lucro é uma questão que norteia sua atividade? Consideraria mudanças no seu modelo de sustentabilidade? Talvez a Stolen Books, que funciona junto com a Ideias com Peso, não tenha que te dar lucro neste momento.

L.A.: A Stolen Books é uma marca da Ideias com Peso. A Ideias com Peso, quando se fundou como ateliê de design e comunicação, pôs nos seus princípios a possibilidade de ser uma editora. O que se tornou uma realidade em 2013. A Stolen Books não visa o lucro, mas não pode dar prejuízo. Não posso alimentar nenhum negócio ou atividade que dispensa dinheiro. Por outro lado também não está feito, não tem essa direção financeira. Eu sei que, e por isso a cautela, tudo o que publico tem de pagar o investimento. Tenho isso sempre em mente. Depois, ter a capacidade de perceber até onde posso ir nos custos de cada publicação. Tem de se ter esse cuidado. Eu quero vender os livros e os artistas também querem vender. Não há nenhum livro que não queira vender; todos querem. Ninguém fica rico com este negócio, não é visto neste sentido, um negócio para enriquecer financeiramente. Mas é visto como um negócio no sentido de não perder dinheiro, fazer uma atividade de que se gosta, sustentável, e capitalizar. Eu vejo a atividade da Stolen Books como uma atividade que não dá prejuízo e que capitaliza em vários sentidos: estou a criar edições que no futuro vão valer mais; capitaliza porque no futuro vou poder editar mais e em mais quantidade; e capitaliza porque atrai outros negócios paralelos. Ou seja, a visibilidade que a Stolen Books traz dá para desenvolver projetos editoriais para outras edições que pagam o desenvolvimento desses projetos, e se não tivesse a Stolen Books talvez não os faria. A Stolen Books é também um polo de atração de novos negócios – catálogos de museus, instituições variadas que vêm a partir da visibilidade criada pela Stolen Books. Se foi tudo pensado? Zero, intuição. Eu sei que criamos visibilidade, várias coisas que fomos desenvolvendo que eram negócios em si mas também expunham a atividade. A Stolen Books

também faz isso: capitaliza em várias áreas. Nesse sentido é um negócio que visa lucro. Posso viver só da Stolen Books? Não. Mas a Stolen Books pode viver aqui e não ser um peso, muito antes pelo contrário? Sim, e cada vez mais. Quanto mais visibilidade, mais importância ela tem ao nível da faturação. Começou ridícula, mas neste momento já é significativa, com a internacionalização. Cria-se também uma maior legitimidade perante os clientes que já tens. Ficam satisfeitos por verem que a empresa com quem trabalham tem visibilidade, faz um trabalho que apreciam... Trabalho com um editor *mainstream* há uma data de anos. Ele é *mainstream*, mas tem edições mais cuidadas, conteúdos que me interessam. Durante algum tempo, ele questionava essa minha atividade; achava até um bocado risível, uma brincadeira de tonto, ou uma perda de tempo. E hoje já temos um plano de fazermos algumas parcerias, em edições que eu não posso custear na totalidade, pois não publico edições cujos custos sejam demasiado elevados, ou difíceis de controlar. Por exemplo, sei que edições com texto triplicam os custos – traduções, revisões. Mas tem cá esse interesse, de fazer determinadas coisas, e não as faço por questões económicas. Não precisei ser eu a propor. Percebendo que o nome da Stolen tinha consistência e já não era completamente desconhecido, ele próprio me propõe projetos especiais. Vou republicar uma coisa chamada *A Arte de Furtar*, atribuída ao Padre António Vieira. Um relato barroco, é uma edição do final dos anos 1960 e vou republicar. Convidei uma série de artistas para participar. É um livro de texto; vai precisar de revisão, de atualização em alguma parte do texto, enfim. Não espero muitas vendas internacionais, porque está escrito em português, mas é o tipo de projeto que eu queria fazer, e se não tivesse esse tipo de apoio não faria. Há um gasto com tradutores, ensaístas etc. Toda a estratégia da editora é não produzir objetos em que os intervenientes não sejam pagos. Todos os intervenientes aqui têm de ser pagos. É uma coisa que muitas vezes não acontece na produção do livro de artista. Os artistas não contabilizam parte do trabalho. Aqui conversando, chegamos a exatamente esta conclusão: a maior parte dos artistas põe-se a fazer uma publicação, e tudo o que seja trabalho dele próprio não é contabilizado no preço do livro. Depois vai vender aquilo por quanto? Quanto tempo vais aguentar vender livros sem que eles te atribuam dinheiro? Uma coisa é eu poder fazer isso porque tenho outras formas de viver e não quero fazer disso um modo de vida. Mas quando queres fazer livros de outras pessoas, não podes basear-te no não-pagamento. Em conversas com artistas com quem quero publicar, na discussão do preço dos livros, dizem “Não vamos pôr tão caro. Vamos baixar. Eu dispenso os meus direitos de autor.” Não há dispensa de direitos de autor. Pago 10% do preço de capa mais X livros, mas pelo menos há esse pagamento. Correios, o encadernador, o papel, o corte. Tudo tem de estar contabilizado, senão nunca se tem a noção do que se está a vender. E se não tens essa noção, rapidamente entras num negócio e

... arruinou-se. É o que acontece muitas vezes com os editores. Foi exatamente por isso que tive essa cautela: convivo com editores há muitos anos e vejo-os sistematicamente a repetir os mesmos erros. Não é modo de vida. Não conseguem compreender que a forma como estão a editar é errada, que estão a editar coisas para as quais não há público. Um exemplo: imagine que alguém queira editar um livro em português de um determinado escritor nórdico, que não é *mainstream*, alavancado por uma campanha qualquer de comunicação, que só vai interessar a meia dúzia de pessoas. Que possibilidade real há de esse livro um dia ser pago? Não tem. Mas percebo uma pulsão de publicar. Uma espécie de doença. Uma doença boa [risos]. Mas a verdade é que era mais fácil aquela pessoa traduzir aquilo para o inglês e disponibilizar para uma venda internacional. Essas formas de publicar estão sempre a correr risco. Uma das questões acerca da internacionalização é que ela não é um fim em si mesma. É preciso criar um entusiasmo, para que eu não venda só 50 livros de cada. A ideia de criar novas etapas e objetivos é bom para alimentar o negócio a longo prazo, de contrário rapidamente se entra num circuito que se percebe esgotado. Há artistas portugueses que atingem uma espécie de “maximização” em Portugal. Já venderam as suas obras para quase todas as instituições que compram, e para a maior parte dos colecionadores. Não são assim tantos, mas... e depois, ficam a fazer o quê? A quem mais vão vender? Não há mercado. É uma curva descendente: quem comprou de certa forma defraldado, porque o artista já deixou de fazer, já não desperta interesse, não cresceu na hierarquia dos artistas, desapareceu. Fica uma espécie de obra fantasma. A única forma que há é capitalizar a visibilidade internacionalmente. Isso é mais fácil de fazer com livros do que com obras de arte. É tudo uma questão de objetivos. Tenho essa preocupação de que o negócio seja sustentável. Nem sempre vejo isso em outras editoras. Admiro, gosto de coisas “frágeis”, sem ser irónico; que correm riscos, loucas no sentido de que se atiram para a frente e imprimem; gosto dos gajos que estão na garagem a imprimir, e não interessa se aquilo dá dinheiro ou não. Gosto imenso disso. Admiro verdadeiramente. Não o posso fazer por várias razões, tenho um negócio e isso não me colocaria só em risco, mas a toda a gente que está comigo. Sobre o projeto de internacionalização da editora, está a ser possível porque nos candidatámos ao apoio do Portugal 2020, exatamente com o projeto de internacionalização da Stolen Books. Foi aceite e estamos a fazê-lo. Eles coparticipam em 40% toda a atividade de internacionalização, ou seja, pagam 40% das viagens às feiras, 40% dos hotéis, alguns materiais de comunicação para este fim. Não pagam a edição, mas tudo o que seja a comunicação para a internacionalização. Não é mau, sem isso seria mais difícil. Também não é típico haver quem lide neste tipo de negócio e que queira fazer um apoio deste género. Alguns negócios, por mais *underground* que sejam, podem ter apoio. No meu caso, vi se tinha cabimento os apoios, apresentei a minha proposta,

os meus objetivos e fui aprovado. Não tenho lá ninguém conhecido, o processo foi absolutamente normal. Há um dinheiro para essas coisas.

Entrevista com Filipa Valladares

Co-fundadora da STET e organizadora da Edit
Lisboa, STET (Bairro Alto), 20 de setembro de 2017

Pergunta 1: Por que ainda optar pelo impresso? Há algo de utópico nesta escolha?

Filipa Valladares: Sim e não. Acho que há um lado em que toda a edição é uma utopia, porque é como se houvesse uma visão do mundo que nós estamos a reler e a dar, e tudo isso acaba por ser uma ideia utópica, para além da questão económica. Por outro lado, se calhar nunca se editou tanto como agora. As grandes editoras diminuíram a quantidade (nas tiragens) dos livros que editam e passaram a tentar fazer também uma versão digital, mas a verdade é que o formato digital já entrou em declínio, num tão curto espaço de tempo. Os e-books tiveram um *boom* há uns 10 anos e entretanto as vendas voltaram a descer muito. Agora, deixou de ser possível fazer livros para deitar para o lixo. Em Portugal faziam-se tiragens, normalmente, de 2000, até 5000 livros, números que hoje em dia correspondem apenas a edições que são best-sellers. Já não há essas tiragens, em particular nos livros de arte. Antigamente havia armazéns acumulando pilhas e pilhas de livros que nunca se vendiam e que depois quando já estavam mofados e a cheirar mal acabavam por entrar em feiras, vendidos ao desbarate, era um ciclo que não fazia muito sentido. Mas não acho que haja menos edições. Acho que com o digital começou a haver muito mais pequenas edições. Qualquer um pode editar o seu livro. Se calhar nunca houve tantas edições diferentes a sair no mundo inteiro.

Pergunta 2: As práticas editoriais mudaram com as plataformas digitais de produção e distribuição? Como está sendo no seu caso?

F.V.: Eu acho que a mudança do mercado foi esta: o digital trouxe várias possibilidades e vantagens. Por um lado, permite imprimir em casa, numa simples impressora, fotografias e textos, e realizar pequenas edições, por outro, permitiu o acesso e a visualização online de trabalhos que são feitos do outro lado do mundo, que podem ser encomendados e comprados, seja à Amazon, seja diretamente às editoras, e isso gerou também um *boom*. Como é que um país pequeno e periférico como Portugal consegue ter livros no mercado internacional? Também é por esse lado. Claro que quem faz um zine em fotocópia, que custa 5 euros, e que tem uma tiragem de 20, não vai estar a vender online porque a escala é demasiado pequena e esgota-se rapidamente. Mas por exemplo numa editora como a Stolen Books já faz sentido, uma tiragem de 50, com um valor um pouco maior; um colectivo conhecido internacionalmente,

como o *Germes Gang*, teve um *boom* e vendeu quase tudo fora de Portugal, logo na primeira semana da edição. Portanto, acho que essa questão do digital torna tudo o que é periférico mais central, mas ao mesmo tempo faz com que as livrarias tenham de repensar o seu modelo e a sua lógica. Aquilo que acontecia no século XIX e XX, de o livreiro estar sentado na sua livraria à espera que as pessoas apareçam, isso deixou de ser possível. Se tu não te mexes e não faz coisas as pessoas vão comprar online e não precisam ir lá ter contigo. A venda digital e o aparecimento de grandes empresas e estruturas como a FNAC, dotadas de um grande poder de negociação e de maiores margens de lucro, minaram as possibilidades das pequenas livrarias se manterem. Por isso faz cada vez mais sentido a ideia de livraria de nicho, especializada. Quando a FNAC começou, havia vendedores especialistas, hoje em dia não. É tudo muito genérico. Aquilo que eu posso oferecer na minha livraria é um conhecimento mais especializado sobre uma série de livros e acima de tudo abrir portas, aproximando interesses, como a Amazon faz, mas ao vivo. Isso já não existe nas grandes livrarias. Há uma livraria em Lisboa, a livraria da Culturgest, que tem uma política de preços muito democrática, digamos, que assenta na aplicação do preço de custo dos livros. Não necessitam de ter uma margem de lucro, porque têm um banco a suportá-los. Cobram apenas o custo do livro e do seu transporte. Mesmo comparando com a internet, às vezes o preço deles é mais barato. O que eu escolho é não ter o mesmo livro que eles têm, porque não posso competir com esses preços. Do Wolfgang Tillmans, por exemplo, por muito que goste do autor, escolho não o ter na STET porque eles têm-no a um preço muito barato. Não posso competir com um livro que fica a metade do preço na livraria da Culturgest. Já comprei lá livros que são mais baratos do que na internet. Logo, outra política que eu tento pôr em prática é saber o que há no mercado aqui à volta para não comprar exatamente a mesma coisa.

Pergunta 3: Quais as estratégias para se viabilizar o objeto livro, neste contexto em que a indústria gráfica e talvez o interesse pelo impresso mostra um certo declínio?

F.V.: Editar é uma coisa, distribuir é outra. Uma das razões por que não editamos mais livros na STET é que não há dinheiro para fazer tudo. Prefiro apostar na realização de feiras, na compra de outros livros para trazer para cá e na ideia de levar edições Portuguesas para fora, do que investir o dinheiro que tenho disponível para editar mais. Em termos de divulgação e de venda, deixou de ser possível ficar sentado na livraria à espera que aconteça alguma coisa. Além disso, estive durante seis anos, num primeiro andar no Chiado, sem visibilidade para rua, logo as pessoas não sabem que eu estou aqui. O meu grande meio de divulgação é a internet, principalmente através do Facebook e de uma rede de contactos via email. Depois, tento gerar

pelo menos um evento por mês. A STET começou por abrir às quintas e sextas, à tarde e à noite, porque era sobretudo nesses dias que as pessoas vinham ao Bairro Alto jantar e sair à noite, até há cerca de três anos. Por conta do turismo, hoje em dia as pessoas evitam cada vez mais vir a esta zona e outras vezes até me pedem para vir noutro dia da semana e eu acabo por vir sempre que possível. Esses eventos, uma vez por mês, existem desde a nossa abertura e no último ano aconteceram quase todas as semanas. Se isso por um lado é bom, por outro é muito cansativo e, por vezes, é difícil conseguir manter este ritmo. Outra coisa que acontece é que há eventos que eu sei que podem vender menos livros, mas que são mais informativos, porque são caros ou porque apresentam autores que ninguém conhece cá e por isso, é preciso jogar com essa dinâmica ao longo do mês. No final e no princípio do mês as pessoas têm sempre mais dinheiro. O meio do mês é a altura ideal para fazer esses eventos que são mais informativos e menos orientados para a venda. A livraria acolhe eventos, lançamentos, pequenas conversas e tertúlias. Quando esses eventos implicam a participação de um maior número de pessoas normalmente recorremos a espaços exteriores, como o Bar Irreal, o 49 da ZDB ou outros sítios, como a Galeria Monumental. Podemos também associar-nos a um evento que já existe, levando livros que se enquadram na temática do mesmo, seja num museu, ou numa universidade, por exemplo para a apresentação de um fotógrafo na Faculdade de Belas-Artes ou um autor teórico na Universidade Nova. Nas universidades a recepção varia um pouco, pois nem sempre os alunos têm dinheiro, mas é uma associação sempre positiva pela visibilidade que gera. Depois, há a criação de uma estrutura dinâmica de vendas, como feiras, conversas e exposições. Tivemos um evento que teve seis edições, ao longo de cinco anos, *O Que Um Livro Pode?* Cada edição tinha um tema e era organizado pela STET, GHOST, Tipo.pt e Oficina do Cego. Os últimos dois eventos foram relacionados com livros para crianças, com editoras como o Planeta Tangerina ou a Orfeu Negro. Era um evento que acontecia regularmente todos os anos e tinha a ver com livros de autor e edições autopublicadas. Contava sempre com artistas convidados, alguns editores e os próprios intervenientes a falar; usualmente, havia uma pequena mostra e uma venda associada. Em 2015 criei a EDIT – feira de edições, que foi precedida por uma feira no Carpe Diem, que aconteceu durante dois ou três anos. O Carpe Diem organizava uma leitura de portfólios de fotografia organizada pelo Márcio Vilela e pelo Daniel Blaufuks e associada a isso havia uma feira no jardim do Carpe Diem. A dada altura eles deixaram de estar ligados ao Carpe Diem, e optei por fazer a feira noutro sítio, passando a chamar-se EDIT, e a ser na Galeria Monumental, que também tem um jardim, e que nos permite manter essa ideia de feira ao ar livre. Estivemos na Feira do Livro de Lisboa este ano (2017), pela primeira vez. Um investimento mais significativo, onde partilhámos uma banca com os Pierre von Kleist, a

Serrote e a Chili com Carne. É um evento que dura 18 dias, uma coisa muito cansativa, doze horas por dia. Mesmo fazendo turnos entre nós, acaba por ser uma coisa muito violenta. E depois, há a Feira do Livro de Fotografia, que de alguma forma foi como tudo isto começou. Acontece a cada ano no Arquivo Municipal (anteriormente era no Braço de Prata) e traz os públicos do contexto da fotografia. A feira da EDIT e do Carpe Diem têm uma abertura maior de publicações e não se cingem apenas a livros de fotografia. Participamos também em feiras internacionais, mas que implicam uma gestão mais complicada, porque obviamente têm mais custos, no que diz respeito ao transporte de livros, viagens e estadias. As próprias feiras são caras: se em Portugal uma mesa numa feira custa entre 50 e 100 euros, lá fora custam a partir dos 300. Têm esse gasto económico, mas dão a conhecer fora de Portugal as edições portuguesas. A minha intenção sempre foi ir a estas feiras comprar livros para os trazer para Portugal e dar a conhece-los, são os livros que gostaria de comprar e que não encontrava cá. Ao mesmo tempo, estas feiras permitem-me levar as edições portuguesas para fora. Dado os custos das feiras lá fora serem altos, o que tenho tentado fazer é ir contactando instituições que têm colecções de livros nessas cidades e propor-lhes vendas, em paralelo com as feiras. Com isso, tento garantir que os gastos sejam pagos e portanto, o que se vende na feira será sempre uma mais-valia. Já vendi livros portugueses à Biblioteca do Centre George Pompidou (Paris), ao [Museu Nacional] Reina Sofia (Madrid), à Faculdade de Belas-Artes de Madrid, à Tate (Londres), etc. Quando fazemos estas viagens, tentamos arranjar uma base no local que visitamos, que passe a ficar com algumas edições portuguesas significativas.

Pergunta 4: Na produção e distribuição do livro, você vê os ofícios tradicionais – como tipógrafo, impressor, encadernador, gravador, livreiro - sofrendo grandes transformações?

F.V.: Há uma tendência para a especialização, cada vez mais. Sendo que há um lado do design, da parte digital, que se mantém e que se calhar é cada vez mais importante num determinado tipo de livros. Mas há um outro lado, da tecnologia manual, que eu acho que também está a voltar de alguma maneira. Há um *come-back* de todas essas práticas tradicionais, como a serigrafia e a gravura. Por cá temos a Oficina do Cego, o Homem do Saco, a serigrafia do Mike Goes West, ou os ARARA que trabalham com estas tecnologias tradicionais de impressão; há, igualmente, uma série de cursos disponíveis hoje em dia em Lisboa e no Porto. São técnicas que dão um ar manual (único) aos livros e que se contrapõem ao processo digital. São edições com pequenas tiragens o que é viável fazer nestas edições mais artesanais. Essa especificação

nas técnicas artesanais vai sendo potencialmente mais necessária e mais relevante conforme se torna menos comum.

Pergunta 5: Você imagina mudanças consideráveis na relação com o público leitor futuramente?

F.V.: Acho que o público tem vindo a mudar. Nós abrimos em 2011, quando começou a crise em Portugal. Quando abrimos, havia um *boom* de interesse: não havia nenhuma livraria de fotografia em Lisboa, a FNAC já tinha decrescido um bocado a qualidade que tinha nas suas escolhas e todas as pessoas com alguma ligação a fotografia ficaram muito interessadas, portanto, na altura os eventos eram sempre rentáveis. Depois, com o avançar da crise económica as pessoas começaram a ter mais medo de gastar dinheiro, muita gente ficou desempregada e, passado algum tempo, começámos a sentir que o interesse pela STET ficou restrito a alguns poucos colecionadores que compravam regularmente. Às vezes dava aulas aqui sobre os livros a alunos de fotografia. Normalmente, no fim de cada aula, havia sempre pelo menos um aluno que comprava um livro, mesmo que custasse apenas cinco euros. Quando a crise aumentou, essas compras pararam. Ninguém comprava absolutamente nada depois das aulas. A intenção das aulas não era vender livros, mas é uma maneira de medir a capacidade económica desse público. Mais recentemente o panorama melhorou, sobretudo com alunos mais velhos, e que trabalham. Sinto que há uma retoma, pelo menos, na confiança das pessoas. Por outro lado, acho que as movimentações do público estão a alterar-se, as pessoas têm cada vez menos vontade de vir ao Bairro Alto, e pedem para vir noutros dias da semana. Então, faz todo o sentido abrir mais dias. Quando eu conseguir ter uma loja aberta com a porta para a rua, isso vai alterar a quantidade de público. Não tanto aquela ideia de público que passa à porta. Por exemplo, nas feiras que frequento no Jardim do Príncipe Real, há muitas pessoas a passar por lá, muitas delas estrangeiras, que acabam por comprar zero, porque não têm nenhum interesse neste tipo de edições, mesmo que sejam baratas. Mas, acho que vai trazer a possibilidade de as pessoas saberem que têm a semana toda para ir à STET. A questão do 1.º andar é uma coisa ainda um bocado difícil em Portugal; se pensarmos em Londres, Berlim ou Nova Iorque há muitas lojas que funcionam assim nos primeiros andares e as pessoas estão à vontade para bater à porta, o que aqui não é assim tão simples. As pessoas não conseguem memorizar esta ideia de só abrires portas às quintas e sextas, mesmo depois de seis anos da STET abrir nesse horário. Entretanto há pessoas que estão agora nas Belas-Artes e que há seis anos eram miúdos; é outra geração, é uma geração que se calhar gasta mais dinheiro em cerveja do que em livros, é normal, mas vão-se formando gerações de interessados. Ontem, por exemplo, tivemos aqui o evento do

Bairro das Artes e havia pessoas que já tinham vindo no ano passado a este evento, há bebidas, ficamos abertos até mais tarde... com este evento passam pessoas que ficam a conhecer e depois voltam, com o tempo vão-se construindo novos públicos com estas dinamizações. Não acho que o livro vá acabar. Às vezes não é tão óbvio a ideia de que a pessoa vá comprar um livro se o pode ver/ler online. É um dos problemas que tenho com os alunos, se lhes disser: “já ouviram falar no *The Americans* do Robert Frank?”, eles respondem: “sim, já vimos online”. E acham que é a mesma coisa, ver online e ver o livro na mão. Por vezes só quando lhes mostro livros com formatos mais alternativos é que percebem “se calhar há aqui outra coisa...” Toda a relação com o papel, com a escala, com a maneira como se pode dobrar uma página; a relação de uma página com outra; tudo isso acaba por ter uma vivência com aquele objeto que é particular.

Pergunta 6: Lucro é uma questão que norteia sua atividade? Consideraria mudanças no seu modelo de sustentabilidade?

F.V.: A STET não dá dinheiro. O dinheiro que dá é apenas para manter a STET. As pessoas que cá trabalham (é sempre um part-time de apenas uma ou duas tardes por semana) recebem em livros, e eu também. Pontualmente se faço um evento que é muito rentável, pago alguma coisa em dinheiro, mas as pessoas que trabalham regularmente recebem em livros. Normalmente são estudantes, e pessoas que têm interesse em fotografia e livros de artistas. Não me interessa ter cá pessoas só para receber um salário, porque não há dinheiro para isso e a dedicação que a STET implica também exige ter vontade de aprender e trabalhar neste contexto. Obviamente eu preferiria que a STET desse dinheiro, e que fosse possível ter empregados pagos, mas na escala de Portugal e na escala da STET, neste momento são estas as condições possíveis. Eu vou abrir em breve provavelmente noutra espaço, numa loja de rua. Se ao fim de um ano isso se tornar inviável na mesma, se calhar tenho de repensar a sobrevivência deste modelo. Este modelo tem como intenção um lado muito didático, que eu acho importante e que tenho batalhado para conseguir manter apesar de não ganhar dinheiro, mas não pode ser eterno. E não vejo muitas opções. A outra opção seria fechar tudo em casa e vender só online. Acho uma pena, porque se perde grande parte da visibilidade que os livros têm aqui e da mais-valia que é ter a possibilidade desta partilha. Não sei se já te aconteceu, mas isto é tão pequenino que às vezes as pessoas chegam aqui e encontram alguém que já conheciam, ou duas pessoas de uma cidade do Brasil encontrarem-se aqui por acaso. Num sítio tão pequeno como este, muitos colecionadores conhecem os autores, o que acaba por criar uma dinâmica interessante dentro do meio. Mas eu não sei o que mais consigo fazer para rentabilizar este espaço até ao fim do

ano. Acho que se em dois anos não for rentável estar com porta para a rua, terei de inventar uma outra solução.

Entrevista com Tiago Casanova

Editor em XYZ Books e produtor gráfico em A Ilha.

Local e data: Lisboa, 29 de agosto de 2017.

Pergunta 1: Por que ainda optar pelo impresso? Há algo de utópico nesta escolha?

Tiago Casanova: Engraçado, nós nem sequer vemos esse lado “utópico”. Na nossa perspectiva, o impresso ainda é algo óbvio. Há uns anos atrás experimentaram-se essas publicações *online*, para iPad, aplicações etc... Mas é uma coisa que, para além de não ter dado o resultado que se esperava... Bom, eu tive uma publicação que fiz através da Universidade do Porto, chamada *Scopio*. Fizemos a versão impressa e online, para descarregar através do iPhone, do *tablet* etc. O sucesso da versão *online*, mesmo a custo quase zero, foi nulo. Enquanto a versão impressa tinha um custo, claro, de 9 ou 12 euros, dependendo do país, teve um sucesso muito maior. Parece-me óbvio que o público continua a querer o papel, a preferir a versão impressa. E, a não ser que seja um jornal, uma coisa diária que a pessoa não queira acumular em casa, só nesses casos é que o sucesso do *online* é notório. Naquilo que são objetos únicos, ou mais a ver com as artes, ou revistas um pouco mais elaboradas, as pessoas continuam a preferir uma versão impressa. O objeto continua a contar muito. Por isso, para nós, esse lado utópico não existe. Até porque, hoje em dia, existe mais oferta na questão da produção, no sentido de novas escolhas. Antigamente era offset, imprimir três, quatro, cinco mil exemplares ou não imprimires nenhum. Hoje em dia podes imprimir um exemplar, obviamente com custos superiores por exemplar, mas é possível fazer. E é exatamente essa revolução a nível de impressão que permitiu que se fale tanto das publicações independentes. Como nunca antes, existem mais publicações independentes.

Pergunta 2: As práticas editoriais mudaram com as plataformas digitais de produção e distribuição? Como está sendo no seu caso?

T.C.: Sim, acho que mudaram muito. No sentido de que – tal como em tudo quando há algo feito em massa – aumenta-se o acesso, a qualidade diminui. É preciso ver isso da prática editorial, não é? Cada pessoa tem a sua visão do que é um editor ou uma linha editorial. Hoje em dia a maior parte das editoras que surgem são mais desprendidas dessa ideia de linha editorial. Creio que a maior parte dos negócios, dos projetos editoriais, não tem uma finalidade comercial como antigamente as editoras tinham. As editoras que existiam eram grandes editoras. Ou eram grandes ou não existiam. E como qualquer grande editora, há uma

necessidade de venda comercial e a questão da linha editorial era muito mais restrita, muito menos acessível, nomeadamente para os escritores. Havia muito menos escritores a terem acesso a uma editora, escrever e publicar. Hoje existe provavelmente uma maior qualidade no sentido em que há mais escritores com oportunidades de publicar, e muitas vezes a qualidade está nesse setor que não tem um lado tão comercial.

Pergunta 3: Quais as estratégias para se viabilizar o objeto livro, neste contexto em que a indústria gráfica e talvez o interesse pelo impresso mostra um certo declínio?

T.C.: Na hora de publicar um livro, é preciso fazer um estudo um pouco mais sério, ao mesmo tempo pouco científico. Mas é uma maneira de se tentar perceber que soluções adotar. Coisas tão simples como perceber quem é o autor, que tipo de público tem esse autor, se consegue chegar a muita ou pouca gente. Perceber que mesmo um autor que venda muito pode não vender aquele livro, dependendo da temática daquele livro. São fatores que dão a perceber se um livro vai vender ou se não vai vender nada. Depois, perceber de que maneira o livro pode resultar, que tipo de solução em termos de composição, de materiais, de dimensões, soluções técnicas como cor. Obviamente, se vamos fazer um livro de fotografia... Um livro de fotografia mal impresso nunca é uma boa solução. Uma impressão boa a quatro cores paga-se bem, é cara. São questões que são tidas em conta numa amálgama de fatores que são considerados para se perceber o preço do que se vai fazer. São estratégias que são vistas *a priori* para tentar perceber que aquele objeto, daquele tamanho, daquele autor, lançado em X data, em X sítio, com número X de páginas, vale X ou vale Y. Faz-se uma tabela para se perceber os diferentes preços, quantos exemplares tem de se vender... Lá está, é uma estratégia muito matemática, pouco científica na verdade, porque é sempre na suposição. Às vezes achamos que uma coisa vai vender para um determinado público e depois não vai... A estratégia é essa: tentar entender todos os pequenos fatores do livro para se vender. Outra estratégia que nos interessa muito, especificamente naquilo que nós estamos mais ligados, que é o livro de fotografia, é divulgar os nossos projetos dentro de um público muito específico com quem nós trabalhamos: outras editoras do género, outros autores na área da fotografia como nós. E é um universo que também acontece muito, não só *online* mas também em feiras e em festivais de fotografia. São feiras também muito específicas para este tipo de mercado. Portanto interessa-nos sempre estar muito presentes nesses locais. E essa presença é feita muito do passar a palavra: passar a palavra a pessoas certas, participar em concursos que existem especificamente para maquetes ou para publicações deste género. Em alguns destes concursos, se o livro for escolhido ou fizer parte dos finalistas, ou mesmo vencer, tem logo uma potencialidade muito maior de vender, porque a publicidade é

outra e aí as coisas funcionam sempre muito melhor. A estratégia passa muito por perceber quando esses concursos acontecem, quais são os locais – normalmente na Europa, onde trabalhamos –, quais são os locais e as feiras a que devemos ir e quando, e conjugar os lançamentos dos livros com esses eventos. Outra coisa também muito importante dentro desse universo específico do livro de fotografia, é que há uma série de publicações e críticos que fazem coleção e que compram ou muitas vezes recebem a nível gratuito em troca de publicidade. Ou seja, em alguns casos partilhamos os nossos livros com esses críticos e depois, por sua vez, estes partilham com um público mais alargado, muitas vezes um público comprador. É uma forma de publicitar o livro. Ou seja, existe um universo de marketing, de publicidade nestas publicações que fazemos, mas de outra forma não é muito o comum do que estamos habituados.

Pergunta 4:

Na produção e distribuição do livro, você vê os ofícios tradicionais – como tipógrafo, impressor, encadernador, gravador, livreiro - sofrendo grandes transformações?

Algumas estão a desaparecer. Por exemplo, tipografia. A quantidade de profissionais a trabalhar é muito menor. Os que existem têm um catálogo de tipografia muito menor do que seria possível há alguns anos. As máquinas também vão desaparecendo. Pode haver um projeto ou alguém que esteja tentando ressuscitar, acredito que exista, mas comparativamente é muito menor a oferta e provavelmente a qualidade, nomeadamente a tipografia ou a estampagem manual. Em Lisboa só conheço um sítio. Em termos de encadernadores, se calhar é algo um bocadinho diferente. Há muitos que desapareceram, comparativamente há uns anos. Os mais tradicionais já são pessoas de alguma idade que trabalham tanto no Porto como em Lisboa, pelo menos os que conheço. Mas a qualidade também é baixa. Nem por isso deixa de existir o interesse de muita gente que faz publicações de ter algo bem feito e bem acabado. E aí vão surgindo vários projetos de encadernação exatamente para fomentar essa falha que existe, porque os mais tradicionais mantêm esse negócio porque levam muito barato. Eles próprios dizem: ‘nós fazemos barato porque fazemos rápido’. Se chegarmos lá com um exemplo mais bem feito de um projeto são capazes de se virarem para mim e dizer: ‘foi você que fez esse exemplo?’ Foi. ‘Então faça o resto, porque para nós não compensa fazer esse tipo de trabalho tão complexo.’ Querem fazer muito e barato. Por isso existem mais pessoas interessadas em fazer os seus próprios livros para encadernar. É uma arte bonita e de certa forma fácil, muito mais do que a tipografia, que envolve ter os tipos, ter um espaço grande, uma maquinaria que hoje em dia não existe escola sequer para aprender a trabalhar com as máquinas... Já é portanto um ofício em

extinção. Enquanto a encadernação, não. É algo que com materiais em casa qualquer pessoa em casa, com o YouTube, pode aprender, como foi o meu caso. É algo que muita gente está a fazer por si só. Por isso, a encadernação tem uma certa ressuscitação, muita gente interessada e a fazer *workshops*, etc. Antigamente, para fazer em grandes quantidades, tinha de ser um outro tipo de impressão. Risografia ou serigrafia, litografia, enfim. Mas mesmo essas acabam por ser sempre dispendiosas. E hoje em dia há muitas publicações que não estão tão presas à qualidade de impressão, nomeadamente um livro de poesia, de escrita, uma coisa fácil de se imprimir em casa, em qualquer impressora. Encadernar e fazer um livro bem feito hoje em dia é bastante acessível, bastante fácil.

Pergunta 5: Você imagina mudanças consideráveis na relação com o público leitor futuramente?

T.C.: A única modificação possível é que pode aumentar, pode tornar-se de certa forma *mainstream*. Pode acontecer um dia, através de algum fenómeno inesperado que possa acontecer. Naquilo que nós fazemos, a publicação independente, pode haver um ou outro projeto que faça sentido na versão digital. Tenho um projeto agora que é exatamente isso, sobre essa ligação entre o digital e o objeto único. Acho que é um bocado por aí, projetos muito específicos em que isso acontece. De resto, aquilo que nós fazemos, este universo da publicação independente vive dessa relação com o objeto físico, com o objeto real. Hoje em dia já podemos fazer objetos que são únicos, que são um exemplar só. Essa relação com o público não vai sair muito daí. O que pode acontecer é diminuir ou aumentar o público. Mas como há cada vez mais gente a fazer, o natural é que exista um público cada vez maior. Quanto mais pessoas a fazer, mais contatos têm, mais pessoas passam a comprar, mais pessoas vão à livraria. Quanto mais editores, mais livrarias existem, mais público. É algo em dominó. Um dia poderia chegar a um ponto em que existam tantas livrarias independentes que passa a ser normal qualquer pessoa ir a uma livraria independente e comprar um livro. Hoje é um público muito específico. Aquilo que nós vamos percebendo daquilo que é o público da nossa livraria é que cada vez mais existem pessoas que ouvem falar, que tem curiosidades de saber o que é, passam lá e acabam por comprar um livro.

Entrevistador: um parêntese: como você vê Portugal?

T.C.: Portugal é um bom sítio para produzir, e isto não só nas publicações independentes, mas na arte em geral. Portugal ainda é um país barato de viver, de produzir, os estúdios são baratos, relativamente, claro, comparado ao resto da Europa. Por isso há muitos artistas de fora que vêm a Portugal só para produzir. Nas publicações, o mercado é o mesmo. Há várias editoras

estrangeiras que, já tendo percebido que em Portugal se produz bem e mais barato, vêm imprimir em Portugal. A venda já é outra história completamente diferente. Portugal não tem público ainda suficiente para que os projetos de publicações independentes consigam sobreviver. Por isso faz parte da estratégia – aí voltando a uma pergunta anterior – essa internacionalização. É muito importante para quase todas as editoras independentes que conheço irem para fora. A não ser que seja uma editora de literatura, ou poesia, mais com base escrita, que a língua é um entrave. Nos produtos que não envolvem uma língua, como é o nosso caso, mais à base de fotografia, é fundamental a internacionalização, que corresponde a 70 a 80% da venda que fazemos, seja nas feiras, pelo site, ou por email.

Pergunta 6: O lucro é uma questão que norteia sua atividade? Consideraria mudanças no seu modelo de sustentabilidade?

T.C.: As mudanças estão sempre em cima da mesa. O ideal é sempre que a nossa atividade seja autossustentável. Se é autossustentável? Não é. Principalmente a questão da edição, gasta-se muito dinheiro. Nós temos várias atividades no nosso projeto. Temos a parte da livraria, onde vendemos livros nossos e dos outros. A percentagem é mínima, não existe lucro. Nem sequer tiramos esse dinheiro para nós. Esse dinheiro serve para comprar livros novos para a livraria, investir em novos equipamentos, etc. Na nossa auto publicação, nós nunca fomos financiados por ninguém. Não temos uma estrutura suficientemente grande para sequer conseguir pedir apoios. Por isso o que acontece é que temos sempre que ser nós mesmos a financiar os projetos. Ora, um livro que tenha 500 exemplares, para se pagar a si próprio, normalmente tem que se vender no mínimo 200 ou 250 exemplares só para ficar pago. Só a partir daí é que começa a sair lucro, mas lucro em relação aos gastos. Gastos não incluem salários. Cobrem só o que se gastou para produzir o livro. Não contam as horas de trabalho, não contam essas coisas todas. Só depois de vender 50% da tiragem dos livros é que começa a contar alguma coisa e a pagar alguma coisa das horas todas que trabalhaste nos meses anteriores para aquele livro. Lucro não existe, é irrisório. Para que tenha depois aí sim um lucro visível, se um livro for totalmente financiado, não se gastou dinheiro nenhum, cada livro vendido é lucro. E aí a diferença é astronómica, porque é muito mais fácil vender os primeiros 100 que os últimos 100. Aí é muito mais fácil haver lucro e deste lucro apostar em novas publicações. Para nós, tudo acontece num ritmo muito mais lento. Primeiro o livro precisa pagar a si próprio para conseguirmos ter dinheiro para financiar um novo livro. Portanto, os livros que vêm novos têm sempre ali um período de vários meses até acontecer. Obviamente nós queríamos que fosse um negócio mais sustentável, como acontece por exemplo na Alemanha. As editoras independentes na Alemanha

ou tem um lucro e são autossustentáveis ou não existem. É tão simples quanto isso. Nós é que somos assim muito mais ‘utópicos’ em Portugal e gostamos de fazer as coisas pelo currículo, pela experiência, à espera de que um dia elas possam se autossustentar. Noutros países isso já não acontece. E estamos a competir com um mercado que é desigual. Um exemplo: uma editora sueca de que gostamos muito, a B-B-B-Books, tem todos os seus livros financiados pelo estado sueco. Então vendem os livros deles a um preço muito baixo, quase ao preço de produção, livros com tal acabamento que poderiam custar 20 euros a produção, e vendem a 25. Porque podem. Enquanto nossos livros tem uma produção muito menor, em termos de acabamento, e vendemos a 30. Para eles, os 25 euros são lucro integral, enquanto para nós os 30 é uma percentagem muito pequena. Por isso, acaba por ser muito difícil interagir nestes mercados. O nosso mercado é muito restrito a um grupo de pessoas que se interessa especificamente por estes livros, tem um *budget* limitado. Escolhe-se os que gostam mais naquele ano e os outros não compram. Por outro lado, lá está: a questão da produção, Portugal é um bom sítio para produzir. Uma coisa que poderia crescer ao longo dos anos é ter mais pessoas em Portugal, a produzir.

Entrevista com Luís Henrique

Produtor gráfico em O Homem do Saco e organizador da feira Raia.

Por email, a 10 de setembro de 2017.

Pergunta 1: Por que (ainda) optar pelo impresso? / Há algo de utópico nessa escolha?

Luís Henrique: Talvez se possa admitir que o mundo do impresso foi superado pelo audiovisual e pela interconectividade (seguem-se miolos biônicos). Mas quando usamos palavras como “ainda” ou “superado”, já estamos sob o comando de uma ideia de história como sequência-mestre, cheia de sentido. Antes de perguntarmos se “ainda” tem sentido optar por esta ou por aquela forma em “declínio” (outra palavra armadilhada), poderíamos perguntar se essa história cheia de sentido nos faz algum bem à saúde. Optar pelo impresso não tem que ser uma missão histórica. Também não será propriamente uma utopia; talvez seja apenas uma tentativa de dar forma ao que desejamos com meios relativamente acessíveis, com alguma liberdade. Talvez a liberdade se tenha tornado utópica. Mas continua a ser a mãe do génio e do prazer (como diria o Bocage). O génio do “faça você mesmo” é um génio um tanto quotidiano, um tanto doméstico; não está particularmente preso ao sentido ou à relevância da história.

Pergunta 2: As práticas editoriais mudaram com as plataformas digitais de produção e distribuição? Como está sendo no seu caso?

L. H.: O digital alterou e vai continuar a alterar as práticas editoriais. O caso das pessoas envolvidas na organização da Raia não é estanque: fazemos pequena edição; temos um contato demorado com as coisas que fazemos. Nenhum de nós sabe fazer *apps* ou *e-books*. Mas usamos o computador para fazer parte do trabalho e não desdenhamos a internet.

Pergunta 3: Quais suas estratégias para se viabilizar o objeto impresso neste contexto em que a indústria gráfica - e talvez o interesse pelo (livro) impresso - indica um declínio?

L.H.: Há quem retire algum sustento destas atividades; há quem gaste uma parte do seu sustento com estas atividades. Há quem faça tudo com o mínimo de gastos, colocando preços baixos em cada exemplar; há quem acentue o lado artesanal e cobre um pouco mais; há quem escolha materiais luxuosos e cobre bastante mais. Sendo bastante diversa, a pequena edição não tem que ser forçosamente viável. Evidentemente, tratando-se da produção de múltiplos, não é feita para ficar na gaveta. Um dos traços mais fortes neste género de prática resulta da continuidade entre os diversos momentos de preparação e de fabrico. Não há atomização do trabalho. A distribuição também é muito importante. Fazer a Raia e participar em acontecimentos do género

permite tirar as coisas da oficina e lançá-las no mundo. Outra forma possível é a distribuição seletiva por uma dúzia de livrarias que não seguem a lógica de cadeia de supermercado. Outra, ainda, é a venda em plataformas on-line; ou diretamente, no espaço de trabalho, quando este é aberto ao público.

Pergunta 4: Na produção e distribuição do livro, você vê os ofícios tradicionais - tipógrafo, impressor, encadernador, gravurista, livreiro - passando por grandes transformações?

L.H.: Algumas das transformações mais radicais desses ofícios ocorreram no século XIX - entre o compositor manual e o linotipista há uma grande diferença, por exemplo. Outras ocorreram no século XX, com as alterações que conduziram ao predomínio do ofset e da informatização. O processo de transformação ocorre há tanto tempo que é quase uma parte íntima desses ofícios. O livro, o jornal, as revistas, etc., são exemplos paradigmáticos da mercadoria industrial (por muito que a leitura do jornal tenha sido uma prece diária; ou até por causa disso). A sua produção está sujeita à aceleração e à massificação. Naturalmente, o que nós fazemos vai em sentido contrário, quando recuperamos aspectos de fases mais arcaicas, mais próximos de um fazer de artesão. Contudo, não conheço quase nenhum praticante da pequena edição que tenha efetivamente a formação e a perspectiva de trabalho de um tipógrafo mais velho. Uma pequena oficina de tipografia tradicional, que faz regularmente cartões de visita e faturas, ou alguns cartazes de festas ocasionais, é muito diferente de um ateliê urbano que recupera material tipográfico para explorar as “materialidades” e a “mais-valia do objeto singular”, em edições mais ou menos exóticas, mais ou menos experimentais (ou algo do gênero).

Pergunta 5: Você imagina mudanças consideráveis na relação com o público futuramente?

L.H.: Acho que a relação do público com a pequena edição não mudará consideravelmente. Aquilo que as pessoas procuram ou encontram neste gênero de trabalho, actualmente, é parecido com o que encontrarão futuramente: livros, pôsteres, plaquetas, fanzines, etc. Eventualmente, pode decrescer o número de pessoas interessadas. Eventualmente, pode aumentar (pela procura de uma experiência que contraste com os tablets, os telemóveis, ou até com a leitura de tijolos forrados com capas cheias de botox-photoshop e de verniz).

Pergunta 6: Lucro é uma questão que norteia sua atividade? Considera mudanças estruturais em seu modelo de sustentabilidade?

L.H.: Ao contrário do refrão do Frank Zappa “não estamos nisto só pelo dinheiro”. Mas é bom ganhar algum arame com o trabalho que mais gostamos de fazer. A pequena edição não dá sustento regular. É uma atividade que não depende dos modelos de sustentabilidade que norteiam os negócios mais rentáveis da edição. Aquilo que dá maior sustento é o desejo de fazer. Acho eu.

Entrevistador: Fale um pouco sobre a Raia, como surge a ideia e como se viabiliza. É uma filha espiritual da Feira Laica? Você, o José Feitor e o Ricardo Castro é que estão a coordenar?

L.H.: Filha não será; tampouco neta (nessa genealogia teríamos que incluir a Feira Morta). Mas não deixa de ter uma relação com a Feira Laica. No início do ano encontrámo-nos para beber uns copos. Uma cerveja puxa a outra, e outra ainda acaba por puxar a questão: por que não voltar a fazer qualquer coisa parecida, com um desenho mais largo? Estamos os três a organizar a Raia, com a ajuda do Carlos Bernardo (Letra Livre), da Catarina Cardoso (Tipo.pt), do Miguel Pereira (Homem do Saco), do Marcos Farrajota (Chili com Carne). E também da Benedita e da Catarina, dos Anjos 70, que acolheram a nossa ideia com muita simpatia. Tudo isto é feito voluntariamente, sem apoios exteriores e sem respaldos institucionais.

Entrevistador: Tem-se ouvido alguns intervenientes da edição independente em Portugal mencionarem o que seria "um excesso de feiras", haja visto eventos com proposta parecida em datas sobrepostas. Como a Raia - Tráfico de Edições se posiciona em relação às feiras já existentes em Lisboa?

L.H.: Não vem grande mal ao mundo se houver mais espaço para ilustradores e para editores, a troco de pouco dinheiro (o suficiente para pagar as despesas). Não é prioritário estabelecer uma posição. Daqui não se trepa para lugar algum. Portanto, ninguém está a mais e ninguém está a menos. A participação e a organização espontânea, sem pedir licenças, não podem subordinar-se ao cálculo das oportunidades. A frequência de eventos diminuirá quando as pessoas se fartarem, certamente. Mas não há uma arena de competição. Quando muito, há um terreno vago, frequentado por quem quiser.

Entrevistador: Como você - editor, impressor, organizador de uma feira que já nasce importante - vê o atual panorama português da edição independente?

L.H.: Eu não diria que a Raia nasce importante (se vale ou não vale a pena, veremos mais tarde). Pessoalmente, não tenho uma percepção assim tão clara sobre a edição paralela. Teria que ter um termo de comparação e a verdade é que tenho um conhecimento bastante limitado do que se faz no estrangeiro. Tendo em conta o conjunto de editores que quis estar presente na Raia, e outros mais que conheço, diria que há alguma vida na edição paralela.

Entrevista com Cristina Alves

Organizadora da ZineFest.pt, no Porto, e designer gráfica em Madame Zine.
Por email, a 17/10/2017.

1. Vi que em 2016 foi feito este anúncio para chamar voluntários à feira. Gostava de saber como foi a resposta do público quanto a essa estratégia.

A resposta foi positiva. Tivemos cerca de 12 pessoas que nos contataram. Foi bastante surpreendente porque não estava a contar que este tipo de estratégia funcionasse em Portugal, muito menos num evento tão específico. Ainda por cima colocamos o anúncio bastante em cima do acontecimento, uns 5 dias antes... Foi pedido a cada candidato que identificasse as suas competências e interesses por forma a direcionar corretamente o seu papel no apoio ao festival. Nem todos deram seguimento. Mas também houve alguns convites diretos a pessoas que já se tinham mostrado disponíveis (3 pessoas). No final tivemos cerca de 10 voluntários que procurei distribuir por diferentes áreas, e diferentes dias, para não sobrecarregar ninguém, correu bastante bem, eram pessoas na sua maioria com formação em artes, na sua maioria ainda estudantes, mas também tivemos recém licenciados por exemplo de fotografia e vídeo.

Penso que a natureza do evento também é apelativa, porque é muito de confraternização e de interação próxima, a ideia é ser aberto a todos e capaz de integrar o máximo de diversidade dentro do que é a cena dos fanzines, livros de artista, arte postal e abraçando também diferentes técnicas, abordagens e expressões artísticas ligadas à edição própria e independente. Há sem dúvida um espírito de comunidade aberta, nestas áreas das edições, de troca e de complementaridade que é muito positivo, apesar das dificuldades em criar modelos de organização coletiva e de trabalho de equipa que funcionem na íntegra em situações pontuais e em que só se pede o que o outro oferece isso é possível.

2. Esteja também à vontade para escrever umas linhas sobre a relação do ZFPT com o público do Porto e de como vê a publicação impressa independente em Portugal atualmente.

A relação do ZFPT com o público do Porto tem crescido, contudo ainda há muito a trabalhar nesse sentido. O ZFPT foi um bom propulsor pois logo a seguir começaram a acontecer mais feiras de edição e sem dúvida que vai crescendo o interesse do público, mas ainda continuo a ver mais gente a fazer que gente a adquirir trabalhos. Considero por isso que fazer feiras por si só não chega (isso já ia havendo) é preciso algo mais abrangente, com outro tipo de atividades e apresentações, é preciso trazer as pessoas para a área da experimentação e

da compreensão. É bom mostrar disponibilidade para tornar a publicação impressa em Portugal mais acessível, não se pretende chegar ao um mercado de hiper consumo que desvirtuasse o que é a publicação independente, a produção e o consumo em massa sabemos que são a antítese do que as edições próprias e de autor pretendem, ainda assim a acessibilidade no sentido de alargar a visibilidade dos autores e dos seus trabalhos é fundamental, é fundamental que se reconheça e se saiba o que fazem, é bom valorizar os trabalhos que podemos levar na mão e ver/ler em qualquer lugar e situação. A meu ver é um universo neste momento em expansão quanto ao fazer. É preciso expandir mais quanto ao ver e levar na mão.

Bibliografia

- BARTOLO, José. *Edição independente: evocação de uma possibilidade*. In: Artes & leilões. Lisboa, nº 27 (Agosto / Setembro 2010).
- BEJA, Rui. *O livro em transição: Edição e comércio do livro em Portugal (1970-1980)*. Universidades do Minho e de Aveiro, 2015. Disponível em linha no repositório da universidade. [Consult. 10/7/2017]
- _____. *A Edição em Portugal (1970–2010): Percursos e Perspectivas*, Universidade de Aveiro, 2011. Disponível em URL < <https://ria.ua.pt/handle/10773/14375> > [Consult. 14/8/2017]
- BLAUVELT, Andrew. *Hippie modernism : the struggle for utopia*. Minneapolis: Walker Art Center, 2015.
- BRACONS, Antonio. *A paixão pelo livro de fotografia – entrevista a Fabrice Ziegler, coordenador da Feira do Livro de Fotografia de Lisboa*. URL < <https://fasciniodafotografia.wordpress.com/2016/11/22/a-paixao-pelo-livro-de-fotografia-entrevista-a-fabrice-ziegler-coordenador-da-feira-do-livro-de-fotografia-de-lisboa/> > [consult. 11/7/2017]
- BRITTO, P. *Mercado editorial caiu 4,6% para 310 milhões em 2013*. In: Dinheiro Vivo. Disponível em <https://www.dinheirovivo.pt/buzz/mercado-editorial-caiu-46-para-310-milhoes-em-2013/> [Consult. 17/9/2017]
- CAMEIRA, Emanuel. *A & etc e a indústria cultural* In: “& etc. Uma editora no subterrâneo”. Lisboa: Letra Livre, 2015
- CARDOSO, Catarina F. e BARAONA, Isabel. *In Portugal: Author’s editions, Small Presses, Independent publishers, & Books Artists*. In: Journal of Artist’s Books 32. Chicago: University of Chicago, 2012.
- _____ e _____. *Portuguese Small Press Yearbook 2013*. Lisboa: Portuguese Small Press Yearbook, 2013.
- _____ e _____. *Portuguese Small Press Yearbook 2014*. Lisboa: Portuguese Small Press Yearbook, 2014.
- _____ e _____. *Portuguese Small Press Yearbook 2015*. Lisboa: Portuguese Small Press Yearbook, 2015.
- _____ e _____. *Portuguese Small Press Yearbook 2016*. Lisboa: Portuguese Small Press Yearbook, 2016.
- CARRIÈRE, Jean-Claude e ECO, Umberto. *Não contem com o fim do livro*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- CARSON, David. *Why a Bird sing*. Print 70.3 – outono 2016.

- CASTRO, Lourdes. *Todos os livros – Catálogo comprovado*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian / Documenta, 2015
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro. Do leitor ao navegador. Conversações com Jean Lebrun*. 1ª reimpressão. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Editora, UNESP, 1998.
- COELHO, Alexandra Lucas. *Resistência é a palavra*. Público, 16/7/2007. URL < <https://www.publico.pt/2007/07/16/culturaipsilon/noticia/resistencia-e-a-palavra-1299603> > [consult. 12/7/2017]
- COELHO, Alexandra Prado. *O que existe no avesso da palavra?* Público, 10/7/2015. <https://www.publico.pt/2015/07/10/culturaipsilon/noticia/os-livros-de-lourdes-castro-1701248> [consult. 10/8/2017]
- COELHO, Beatriz Dias. *500 anos depois, o sentido de Utopia não se perdeu*. Público, 2/1/2016. Disponível em: URL < <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/500-anos-depois-o-sentido-de-utopia-nao-se-perdeu-1718282> > [consult. 27/2/2017]
- CONCHA, João. *‘Não (Edições)’*. In Portuguese Small Press Yearbook 2015. Lisboa: Portuguese Small Press Yearbook, 2015.
- COSTA, Sara Figueiredo. *A laica morreu, viva a Morta!* Blimunda nº 50, julho de 2017.
- CRUZ, Juan (2011), *El peligro no es lo digital; es la gratitud*, El País, 27/03/2011. Disponível em: <https://elpais.com/diario/2011/03/27/domingo/1301201557_850215.html> [consultada a 16/09/2017]
- DOMINGOS, Paulo da Costa. *“Acção Poética – Uma editora de vanguarda no labirinto dos seus 40 anos de idade”*. In: & etc: Uma editora no subterrâneo. Lisboa: Letra Livre, 2015.
- _____. *“A Passagem do Testemunho”*. In: & etc – Prolegómenos a uma editora. Lisboa: Letra Livre / Biblioteca Nacional de Portugal, 2017.
- DRUCKER, Johanna. *The Century of Artist’s Books*. New York: Granary Books, 1995.
- _____. *“Livros e Cenários pelo Teatro de Ecrãs e Sombras: Os Livros de Artista de Lourdes Castro”*. In: Todos os Livros – Catálogo comprovado. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian / Documenta, 2015
- FARRAJOTA, Marcos. *Anarquia transgénica*. In: Blog Chili com Carne, 2/10/2016 Disponível em <http://chilicomcarne.blogspot.pt/search?q=boesg> [consult. 9/6/2017]
- _____. *Até a minha mãe consegue fazer um livro*. In: In Portuguese Small Press Yearbook 2016. Lisboa: Portuguese Small Press Yearbook, 2016

- FLUSSER, Vilem. (1980) *A unidade europeia resistirá aos separatistas?* Reproduzido por Flusser Brasil. Disponível em URL < <http://www.flusserbrasil.com/art78.pdf> > [consult. 27/6/2017]
- FRIEDMAN, Mildred. *De Stijl, 1917-1931: visions of utopia*. Oxford: Phaidon, 1986.
- FURTADO, José Afonso. *O livro no final de século: utopias e distopias*. In: Belém. Lisboa, nº 3 (Outono - Inverno 1998).
- GOMES, Kathleen, e CANELAS, Lucinda. *Morreu Vitor Silva Tavares, um editor radical*. Público, 21/9/2015. Disponível em URL: <<https://www.publico.pt/2015/09/21/culturaipsilon/noticia/morreu-vitor-silva-tavares-editor-da-etc-1708485>>
- GOMES, Sérgio B. *Pierre von Kleist, uma editora para uma imensa minoria*, Público, 20/11/2014. Disponível em <<https://www.publico.pt/2014/11/20/culturaipsilon/noticia/pierre-von-kleist-uma-editora-para-uma-imensa-minoria-1676697> >[Consult. 14/7/2017]
- HAN, Byung Chul. (2015) *No Exame*. Lisboa: Relógio D'Água, 2016.
- HATHERLY, Ana / MELO E CASTRO, E. M. de. (1981) *PO-EX: Textos teóricos e documentos da poesia experimental portuguesa*. Lisboa: Moraes Editores.
- HEITLIGER, Paulo (2007). *Kelmscott Press, por W. Morris*. Tipografia. Disponível em URL < <http://tipografos.net/designers/kelmscott-press.html> > [Consult. 2017-03-09]
- HENRIQUES, Júlio. *O Livro, espelho da mente e do corpo*. (2015) In: & etc: Uma editora no Subterrâneo. Lisboa: Letra Livre.
- LEAL, Gisela. *Inc. Livros e Edições de Autor: Um Oásis de Papel*. In: Artes & Leilões nº 27- Agosto / Setembro 2010. Lisboa.
- LOURENÇO, Maria Simões. *Edição Digital: aspectos e perspectivas da produção de eBooks no Brasil*. I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial. Instituto de Artes e Comunicação Social, UFF, Rio de Janeiro, Brasil. Disponível em <http://www.livrohistoriaeditorial.pro.br/pdf/marianasimoes.pdf>
- LÖWY, Michel. *Utopias*. (2017) Lisboa: Unipop / Ler Devagar.
- LUDOVICO, Alessandro (2012). *Post-Digital Print: The Mutation of Publishing since 1894*. Eindhoven: Onomatopee.
- MACHADO, João. *MAGA - Coleção de Ensaios sobre Banda Desenhada e Afins*. In: Portuguese Small Press Yearbook. Lisboa, 2015.
- MARQUES, Joana Emídio. *Depois de 132 anos a Sociedade Guilherme Cossoul precisa de uma morada nova*. Observador, 26/06/2016. Disponível em <<http://observador.pt/2017/06/26/depois-de-132-anos-a-sociedade-guilherme-cossoul-precisa-de-uma-morada-nova/>> [Consult. 6/9/2017]

- _____ . *Pacheco, Ribeiro de Mello e Silva Tavares: a aristocracia dos editores malditos*. Observador, 19/3/2017. Disponível em <http://observador.pt/2017/03/19/pacheco-ribeiro-de-mello-e-silva-tavares-a-aristocracia-dos-editores-malditos/> [Consult. 7/7/2017]
- MARTINS, José V. de Pina (2006). *Estudo introdutório à Utopia moriana*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- MARQUES, Pedro Piedade. *Editor contra: Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite*. Lisboa: Montag, 2015.
- MATOS, Luís de. *A utopia de Tomás More e a expansão portuguesa*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas Ultramarinas, 1966. Sep. Estudos Políticos e Sociais, Lisboa, 4, 1966, p. 809-820
- MEDEIROS, Nuno. *Edição e Editores : o mundo do livro em Portugal 1940-1970*. (2010) Lisboa: ICS. Imprensa de Ciências Sociais.
- MENEZES, Ana Paula. *Orpheu – o grito da modernidade*. In: Blog da Biblioteca de Viseu Disponível em: UTL <http://biblioblog.esenviseu.net/index.php/orpheu-o-grito-da-modernidade/> [Consult. 11/9/2017]
- MONTEIRO, A. C. *Indústria editorial portuguesa acumula queda de 20% desde 2008*. In: Meios e Publicidade. Disponível em URL <<http://www.meiosepublicidade.pt/2015/03/industria-editorial-portuguesa-acumula-quebra-de-20-nas-vendas-desde-2008/>> [Consult. 17/9/2017]
- MORRIS, William. *Artes Menores*. Lisboa: Antígona, 2003
- MORVS, Thomas. *Vtopia* (1516). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2016.
- MUMFORD, Lewis. (1927) *História das Utopias*. Lisboa: Antígona, 2009.
- MUNIZ JR., José de Souza. (2016). *Girafas e Bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)*. USP, São Paulo. Disponível em URL < www.teses.us.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-28112016-103559/pt-br.php >
- NEGREIROS, J de A. (1916). *Prefácio à Exposição Amadeo de Souza Cardoso na Liga Naval de Lisboa*. In: Amadeo de Souza-Cardoso – A primeira descoberta de Portugal na Europa no Século XX. Centro de Arte Moderna / Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa, 1983.
- NEVES, Antonio Loja. *A folheta cultural & etc. Expresso*, 20/4/2017. Disponível em <http://expresso.sapo.pt/cultura/2017-04-30-A-folheta-cultural--etc-> [Consult. em 14/9/2017]
- PESSOA, Fernando. *Correspondência 1905-1922*. Lisboa : Assírio & Alvim, 1999.
- PINA MARTINS, José V. de. *Estudo introdutório à utopia moriana*. In: *Vtopia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2016.

- POMBA, Susana. *A Idade do Kindle*. In: Artes & Leilões nº 27- Agosto / Setembro 2010. Lisboa.
- PRÍNCIPE, André e BLAUFUKS, Daniel. *Um Peixe não é um pássaro e um pássaro não é um peixe*. In: Artes & Leilões nº 27 - Agosto / Setembro 2010. Lisboa.
- QUINTELA, Pedro e BORGES, Marta. *Livros, fanzines e outras publicações independentes. Um percurso pela 'cena' do Porto*. Universidade de Coimbra, 2015. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-30302015000200004>
- QUEIRÓS, Luís Miguel. *Orpheu: "O primeiro grito moderno que se deu em Portugal*, Público, 24/3/2015. Disponível em <<https://www.publico.pt/2015/03/24/culturaipilon/noticia/orpheu-o-primeiro-grito-moderno-que-se-deu-em-portugal-1690038>> [consult. em 20/9/2017]
- QUEIROZ, João Paulo. (2012). *Um livro nas mãos*. Revista: Estúdio, vol. 3. [Consult. 2017-03-01] Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa. Disponível em: URL <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1647-61582012000200039>
- RAPAZOTE, Inês. *It's A Book, uma livraria que é também uma oficina*. Visão, suplemento Sete, 20/12/2016. Disponível em <<http://visao.sapo.pt/actualidade/visaose7e/sair/2016-12-20-Its-a-Book-uma-livraria-que-tambem-e-uma-oficina>> [Consultado em 20/9/2017]
- _____. *Baobá, a livraria que (não) vem desafiar os deuses*. Visão, suplemento Sete 28/11/2016. Disponível em: <<http://visao.sapo.pt/actualidade/visaose7e/comprar/2016-11-28-Baoba-alivraria-que--nao--vem-desafiar-os-deuses>> [Consultado em 20/9/2017]
- RANCIÈRE, Jacques. (1996) *Políticas da Escrita*. São Paulo: Editora 34.
- REIS, José Eduardo. *Do espírito da utopia : lugares utópicos e eutópicos, tempos proféticos nas culturas literárias portuguesa e inglesa*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian : Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2007.
- ROMANA, Ana João. (2012) *Livros de Artista em Portugal 1912-2012*. Da Impressão ao Livro de Artista – Encontro sobre o livro de artista e contextos da edição. Universidade do Porto, 2012. Disponível em: URL <<https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/86615>> [Consult. em 4/7/2017]
- SILVA, Celina. *Almada Negreiros: a busca de uma poética da ingenuidade ou a (re)invenção da utopia*. Porto: Fundação Eng. António de Almeida, 1994.
- SILVEIRA, Paulo. (2001) *A página violada. Da ternura à injúria na construção do livro de artista*. Porto Alegre: Editora da UFRS.
- SIMÕES, Ana. *FAIR: Uma plataforma para a publicação independente em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2012.

- SOBRAL, João. *O Panda Gordo*. In: Portuguese Small Press Yearbook 2015. Lisboa: 2015.
- _____. (2014). *Sobre a concepção, edição, produção, distribuição, etc de fanzines*. Disponível em: <URL: http://joaosobral.pt/Joao-Sobral_Sobre-a-concepcao-edicao-producao-distribuicao-etc-de-fanzines-2014.pdf > [Consult. 12-8-2017].
- SOUSA, Eduardo de. (2015) *De um Leitor Marginal*. In: & etc: Uma editora no subterrâneo. Lisboa: Letra Livre.
- TAVARES, Gonçalo M. (2012) *Breves Notas Sobre o Livro*. In: Tarefas Infinitas: Quando a Arte e o Livro se Ilimitam. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- TAVARES, Vitor Silva. *Nos sem-anos do Paulouro*. In: & etc – Prolegómenos a uma editora. Lisboa: Letra Livre / Biblioteca Nacional de Portugal, 2017.
- VALE, Paulo Pires do. (2015). *Dos Signos e do Resto*. In: Todos os Livros – Catálogo comprovado. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian / Documenta.
- WILLEMS, Roger (2006). *Os livros fazem amigos – Books Make Friends*. Lisboa: Culturgest.

Documentação

- APEL. *Regulamento das Feiras do Livro de Lisboa e Porto*. Associação Portuguesa de Editores e Livreiros, Lisboa, 1987.

Sítios consultados

- Arquivo Digital da PO.EX. *Biografia de Ana Hatherly*. URL <<http://po-ex.net>>
- Biblioteca Nacional de Portugal. *Depósito Legal*. URL <<http://www.bnportugal.pt>>
- Biblioteca Nacional de Portugal. *Os caminhos de Orpheu* .
http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=989:exposicao--os-caminhos-de-orpheu--16-mar-15-20-jun-15&catid=164:2014&Itemid=0&lang=en
- Biblioteca Nacional de Portugal. *Portugal Futurista e outras publicações de 1917*.
http://www.bnportugal.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=1280%3Amostra-a-portugal-futurista-e-outras-publicacoes-de-1917--27-set-30-dez-17&catid=168%3A2017&Itemid=1294&lang=en
- Rede de Artes e Ofícios de Lisboa. URL <<http://www.redeartesoficios.pt>>
Wikipedia contributors. *Revista Orpheu*. Disponível em URL
https://pt.wikipedia.org/wiki/Revista_Orpheu [Consult. 14/8/2017]

Fontes orais – entrevistas concedidas ao autor (julho e agosto de 2017)

- Marcos Farrajota (Chili com Carne, Feira Laica, Mmmnnrrrg).
- Luís Alegre (Stolen Books, Ideias com Peso, Stolen Prints)
- Tiago Casanova (XYZ Books, A Ilha)
- Filipa Valladares (STET, Edit)

Entrevistas concedidas por email

- Luís Henrique (O Homem do Saco, Feira Raia)
- Cristina Alves (Madame Zine, ZineFest.pt)