

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE LETRAS



O Papel da Edição Literária no Mercado da Cultura

Isabel de Jesus Rato Garcez

Orientador: Prof. Doutor Manuel Frias Martins

Tese especialmente elaborada para obtenção do grau de Doutor em Estudos de Cultura

2017

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE LETRAS



O Papel da Edição Literária no Mercado da Cultura

Isabel de Jesus Rato Garcez

Orientador: Prof. Doutor Manuel Frias Martins

Tese especialmente elaborada para obtenção do grau de Doutor em Estudos de Cultura

Júri:

Presidente: Prof.^a Doutora Maria Cristina de Castro Maia de Sousa Pimentel, Professora Catedrática e Membro do Conselho Científico da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Vogais:

- Doutor João Luís da Costa Campos Vieira Lisboa, Professor Catedrático da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa;
- Doutora Idalina Maria Dionísio Val de Flores Martins Conde, Professora Auxiliar da Escola de Sociologia e Políticas Públicas do ISCTE-UL – Instituto Universitário de Lisboa;
- Mestre Rui Manuel Monteiro de Oliveira Beja, Especialista de Reconhecido Mérito;
- Doutor João Miguel Quaresma Mendes Dionísio, Professor Associado com Agregação da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa;
- Doutora Maria Teresa Barbieri de Ataíde Malafaia Lopes dos Santos, Professora Associada da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa;
- Doutor Manuel Amador Frias Martins, Professor Auxiliar com Agregação Aposentado da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, orientador.

2017

Dedico este trabalho à minha mãe.

Dela herdei a força para abraçar todos os desafios

que a vida decida por bem colocar-me.

*Dela recebo diariamente o orgulho no meu trabalho,
que, não sei porquê, nunca tive por iniciativa própria.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Professor Doutor Manuel Frias Martins que, em 2008, na cerimónia de entrega de um prémio literário¹, me desafiou a fazer doutoramento, algo que estava muito longe dos meus propósitos. Passados três anos, quando lhe perguntei «Lembra-se?», recebeu-me de braços abertos, com muito mais confiança nas minhas capacidades do que eu própria. Aceitou ser meu orientador, o que profundamente me honra. Tenho-o como um amigo e um mentor que a sorte colocou no meu caminho.

Agradeço a uma singular circunstância de vida que, muito embora pelos piores motivos, me permitiu ter tempo. Tempo para voltar a estudar e tempo para constatar que havia muita reflexão a fazer na área em que trabalho diariamente – a edição literária.

Agradeço à Direção da Associação Cultural Prado, que privilegia a investigação académica no mundo das artes, e que me honrou com a sua confiança no presente estudo ao subsidiar um ano de propinas.

Agradeço a uma outra Associação, a Associação de Estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, principalmente no período entre 1991-1995, durante o qual participei na criação do jornal *Fazedores de Letras* e da revista *Ópio*, experiência que me levou a enveredar pelo mundo da edição.

Agradeço a Zeferino Coelho, histórico editor da Editorial Caminho, por ter confiado no entusiasmo honesto mas ingénuo com que me apresentei na entrevista de emprego e por ter sido durante quase vinte anos o mentor e o mestre do meu percurso na Editorial Caminho (1996-2016).

Agradeço com especial carinho a todos os autores que entraram no mundo editorial pela minha mão e àqueles com quem mais estreitamente trabalhei. Foi por causa das muitas horas que duraram as nossas conversas e das muitas mais em que fiquei a sós com os seus textos que me viciei no maravilhoso trabalho de perseguir obras e artistas capazes de mudar a nossa visão do mundo – para uma mais clara ou mais obscura, mas sempre melhor.

¹ Cerimónia de entrega do Grande Prémio de Conto Camilo Castelo Branco – APE/Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão a Ondjaki pela obra *os da minha rua* (4/12/2008).

Agradeço finalmente aos amigos e familiares que sempre aceitaram esta minha particular maneira de os ter no coração, mesmo que a única maneira de estar com eles seja no tempo que me resta do trabalho e do estudo; nunca o contrário.

RESUMO

O argumento que sustenta este trabalho parte do princípio óbvio de que só as obras literárias publicadas (tornadas públicas) têm existência social. Assim, procuramos compreender o significado do processo de edição, do ato de transformar uma obra inédita num édito, isto é, uma obra disponível para ser rececionada.

Este processo acarreta inegáveis implicações socioculturais e ideológicas, mas debruçar-nos-emos unicamente no tópico da construção do gosto literário e na responsabilidade detida pelos editores e respetivas editoras, enquanto mediadores culturais que viabilizam a existência do leque de obras que participará decisivamente na construção do gosto literário vigente.

A figura de editor estudado neste trabalho pertence unicamente ao meio empresarial privado, pelo que não contemplamos organismos públicos que desempenham a mesma função.

Pensamos igualmente o livro, enquanto um dos mais antigos e significativos suportes de conhecimento e de cultura, um bem cultural e de consumo e uma entidade que, atualmente, se encontra em rápida transformação conceptual e tecnológica.

Em que consiste o processo de edição? O que são linhas editoriais? Como é que os editores se relacionam com os autores? Como é que se projeta o produto final, o livro? Qual é o processo de produção e promoção do livro? Como é que interagem os editores com os restantes agentes internos da cadeia de produção de um livro (administradores, gestores, paginadores, capistas, ilustradores, gráficos, impressores, etc.)? E como é que interagem com os restantes agentes externos do mercado livreiro (livreiros, organismos públicos, média, redes sociais, sistema de ensino, prémios literários, festivais, etc.)?

Como é que problematizam os editores e as editoras o papel cultural que desempenham? E como é que equilibram esse papel com o de agentes económicos? Como é que se integram as editoras no seio das indústrias culturais e criativas? E como é que participam nos processos de globalização e glocalização e nos processos de democracia da criação e democratização do acesso aos bens culturais? Estas são as perguntas que estruturam o nosso trabalho.

Palavras-chave: edição, editor, autor, livro, mediador, mercado da cultura.

ABSTRACT

The argument that supports this work is based on the idea that only published literary works have social existence. Thus we aim at understanding the editing process, the act of transforming an unpublished text into a work ready to be bought and read.

This process has several sociocultural and ideological implications. We will focus on the construction of literary taste, particularly on the responsibility held by editors and publishers as cultural mediators that make possible the existence of the set of works that will participate in the construction of the literary taste.

The figure of the editor being studied in the thesis belongs to the private business environment. We do not consider, therefore, the same professional activity in public organisms.

We envisage the book as one of the oldest and most significant sources of knowledge and culture, a cultural and consumer good that is currently in rapid conceptual and technological transformation.

What is the editing process? What are editorial lines? How do editors relate to authors? How do we project a book until it reaches its final stage? What takes place during the process of producing and promoting a book? How do editors interact with other internal agents of a book's production chain (administrators, managers, pagers, designers, illustrators, typographers, etc.)? How do they interact with the external agents of the book market (booksellers, readers, media, social networks, educational systems, literary prizes, festivals, etc.)? How do editors and publishers see themselves and the cultural role they play? How do they articulate that role with that of being economic agents? How do publishers function within the cultural and creative industries? How do they participate in the process of globalization and glocalization? In what way are they involved in the creative workings and in the social access to cultural goods?

These are the main questions that structure our thesis.

Key words: edition, publisher, editor, author, book, mediator, market of culture.

ÍNDICE

Introdução.....	15
PARTE I – A edição.....	23
1. A edição em contexto empresarial.....	25
1.1.As indústrias culturais e criativas.....	25
1.2.Agentes e produtos das indústrias culturais e criativas.....	33
1.3.As indústrias culturais e criativas, a educação e a sustentabilidade.....	47
1.4.O global e glocal.....	53
1.5.O setor do livro.....	57
1.6.Algumas notas sobre as indústrias culturais e criativas em Portugal.....	65
1.6.1. A literatura no meio editorial em Portugal.....	68
2. O livro enquanto bem cultural.....	75
2.1.A definição de bem cultural.....	75
2.2.O caso do livro.....	84
2.2.1. A literatura.....	91
2.3.O livro enquanto objeto: livro em papel e livro digital.....	99
2.3.1. O livro em papel.....	100
2.3.2. O livro digital.....	105
PARTE II – O editor.....	115
3. A figura do editor ao longo da história do livro.....	117
3.1.A atual rede de competências do editor.....	129
3.1.1. A cadeia editorial.....	141
3.1.2. <i>Developmental editor</i>	152
3.1.3. O editor de textos originais literários.....	158
4. Relação editor-autor.....	165
4.1.O editor enquanto gestor de talentos.....	172

4.2.A edição de textos originais literários.....	182
4.2.1. A revisão cúmplice.....	191
PARTE III – A mediação cultural.....	199
5. Inédito + Edição = Édito.....	201
5.1.A apreciação literária de obras originais.....	209
5.2.O gosto e o valor estético.....	222
5.3.O espaço-tempo na criação, mediação e receção artísticas.....	235
6. A arte como experiência <i>versus</i> capitalismo cultural.....	241
6.1.A ética na mediação cultural.....	255
6.1.1. Políticas culturais e leitura.....	260
6.2.A leitura como ato político.....	265
6.3.Públicos novos para arte nova.....	271
6.3.1. Arte erudita e popular ou público erudito e popular?.....	272
6.3.2. O Prémio Literário José Saramago. Um caso exemplar de arte nova	279
Conclusão.....	289
Um código deontológico para o mediador cultural	292
OBRAS CITADAS.....	295
APÊNDICE – O caso da relação do editor José Saramago e do escritor José Rodrigues Miguéis.....	305

INTRODUÇÃO

Este estudo procura uma relação direta com o seu título. Qual é o papel da edição? Ou seja, para que serve a edição, enquanto parte constituinte do setor do livro, e, por sua vez, qual o papel do setor do livro no seio do mais abrangente setor cultural? E como se relaciona o setor cultural com o setor criativo, e de que forma, juntos, são partes constituintes das indústrias culturais e criativas? Finalmente, qual a relação entre a edição e a construção do gosto literário?

O argumento que sustenta este trabalho parte do princípio (óbvio) de que só as obras literárias publicadas (tornadas públicas) têm existência social. Assim, procuraremos compreender o significado do processo de edição, isto é, do ato de transformar uma obra inédita num édito, uma obra disponível para ser rececionada.

Este processo acarreta inegáveis e inúmeras implicações socioculturais e socioeconómicas, mas debruçamo-nos sobretudo no tópico da construção do gosto literário e na responsabilidade social detida pelos editores e respetivas editoras nessa construção enquanto mediadores culturais. A figura do editor estudado neste trabalho pertence unicamente ao meio empresarial privado, pelo que não contemplaremos organismos públicos que desempenham a mesma função.

A edição insere-se no seio de um complexo processo de produção cultural, caracterizado por delicadas ramificações, tanto teóricas e artísticas como éticas e políticas. Neste processo, os conceitos de *cânone* e *clássico* são dois conceitos que, pelas suas características de legitimação, provocam conflitos no seio dos estudos literários, pois obrigam à edificação de fronteiras e consequentes inclusões e exclusões. No sempre obrigatório exercício de exclusões e inclusões, outros conceitos vêm-se revelando mais compatíveis com o momento atual dos estudos literários e culturais, tais como o de norma estética, valor simbólico, formação de leitores, e correspondentes literacias, e a ideia de obras imprescindíveis.

Esta deslocação conceptual permite que o rigor da investigação possa conviver de forma mais apaziguada com a subjetividade inerente a qualquer processo de validação estética. O *valor* está intimamente relacionado com a sua *legitimação*, tal

como nos é apresentada por Jean-François Lyotard em *A Condição Pós-Moderna* (1989). Ainda seguindo o mesmo autor, a legitimação e respetivo valor estão intimamente dependentes da *performatividade*, isto é, tudo é *produto* – desde o saber às pessoas – e tudo é produzido para ser vendido, ou seja, adquirido, ou seja, controlado.

A estética da receção tem como base argumentativa a soberania do leitor/espectador na receção crítica da obra de arte. Um dos seus principais mentores, Hans Robert Jauss – em *A Literatura como Provocação* –, defende que a «receção interpretativa de um texto pressupõe sempre o contexto anterior da experiência em que se inscreve a percepção estética» (Jauss. 1993: 68). O que também equivale a dizer que o destinatário, o recetor da obra de arte, processa cada nova obra rececionada segundo o que o seu gosto determina.

Sendo um conceito particularmente subjetivo, o gosto é, por essa mesma razão, um conceito com grande plasticidade, que pode ser alvo de abusos manipuladores ou de processos educativos. A educação do gosto deverá abranger tanto recetores como criadores, pois, num contexto cultural como o presente, tão marcadamente mercantilista, o risco de baixar a qualidade das obras de arte é elevado e a sua qualidade é uma primeira exigência para permitir a evolução do gosto do recetor. O gosto não é isento de «sentido»; a sua plasticidade apenas significa que, a partir dele, e do inevitável jogo de comparações a que obriga, se constrói tanto a linguagem da criação como a gramática da receção que permitem aceder às muitas representações possíveis do mundo materializadas nas obras de arte, designadamente as que podem ser encontradas em bibliotecas diversas. Conforme afirma João Luís Lisboa: «uma biblioteca pode ser [...] um lugar de conversa. É uma forma de estar com o resto do mundo» (Lisboa *apud* Marques. 2014).

Na construção destas muitas representações do mundo participam inúmeras causas que produzem grandes efeitos. No caso do nosso estudo, estas *causas* podem contemplar os vários níveis e tipos de literacia, os resultados obtidos pelo sistema de ensino, o número e qualidade de equipamentos culturais, a quantidade de tempo e de dinheiro investidos pelos consumidores em produtos culturais, o número de bens culturais consumidos, o tipo de bens consumidos, etc. No entanto, mesmo na posse de todos estes dados, seríamos incapazes de descrever toda a complexidade inerente às *indústrias culturais e criativas*, tanto no que respeita à criação de obras como à sua receção. Esperamos, todavia, ter sido capazes de desenvolver o papel desempenhado

pela mediação cultural que está sempre presente na passagem do primeiro termo da equação, a criação, para o segundo, a receção.

Na perspectiva de que não existe uma forma única, nem melhor, de se ser mediador cultural, procuraremos observar e descrever o seu papel neste emaranhado de ações, interações e reações que é característica do funcionamento das indústrias culturais e criativas no atual momento de globalização e glocalização do mercado. Para isso, é imprescindível encarar a incerteza, a desordem, a contradição e a pluralidade de resultados que são sensíveis às suas inúmeras condições iniciais e aos comportamentos de cada um dos seus componentes ao longo da extensíssima cadeia da edição, no caso, a edição de obras literárias.

No complexo sistema das indústrias culturais e criativas atua um grande número de agentes que interage entre si segundo estratégias que visam a sua sobrevivência no seio do sistema e a satisfação das suas necessidades. Temos, portanto, estratégias de adaptação, regulação e auto-organização. A figura da rede é atualmente a imagem mais usada para designar ou qualificar este tipo de sistemas, este tipo de estruturas organizacionais compostas por uma grande quantidade de elementos (pessoas) que mantêm uma rede de ligações entre si. Desta forma, um todo organizacional é potencialmente o resultado das sinergias mantidas nas relações entre os elementos que constituem uma dada organização, manifestando qualidades e defeitos que não existem enquanto tal quando considerados separadamente ou num qualquer outro sistema.

Há ainda uma outra constatação: a existência de padrões por trás de aparentes comportamentos aleatórios. Na verdade, nesta cadeia de imprevisibilidades, que é o meio editorial, em particular, e as indústrias culturais e criativas, em geral, é possível identificar posicionamentos, atitudes e princípios dos diferentes agentes envolvidos, os quais, em conjunto, permitem apontar um sentido, um padrão. Estes agentes reagem às condições do seu ambiente, mas estas condições também são, por sua vez, por eles determinadas. No contexto das indústrias culturais e criativas, os seus diferentes elementos precisam de ser capazes de se adaptar e de se auto-organizar, sejam eles individuais (criadores, mediadores, recetores) ou coletivos (empresas e/ou entidades públicas).

Defendemos a democratização no acesso às obras de arte e a democracia da produção artística e criativa, mas também defendemos que ambas deverão pautar-se por um elevado nível de formação. O direito à arte é fundamental, como é fundamental o direito à educação, e o primeiro não é exercido plenamente se o segundo não o

anteceder. Daí que o papel do Estado, das academias, dos críticos e dos sucessivamente mais numerosos mediadores culturais seja cada vez mais determinante. Uma obra de arte precisa de ser reconhecida pelas instituições legitimadas para tal porque, se assim não for, essa obra não tem existência social.

Em nosso entender, é desta forma que chegamos à pertinência deste trabalho, uma vez que a edição de textos literários é um fator decisivo para a existência social de uma obra de arte e, por essa razão, é também fator determinante na construção do gosto literário. Mas quem diz *edição* diz todo o trabalho de um mediador cultural, e quem diz *gosto literário* diz gosto artístico. Esta é a ideia que aqui nos traz e que se revê na seguinte afirmação de D. F. McKenzie:

For any history of the book which excluded study of the social, economic, and political motivations of publishing, the reasons why texts were written and read as they were, why they were rewritten and redesigned, or allowed to die, would degenerate into a feebly degressive book list and never rise to a readable history. (McKenzie. 1986: 13)

Estamos num momento de profundas convulsões no mundo cultural, em geral, e no meio editorial, em particular. Além de este ser um momento de viragem em termos técnicos e tecnológicos, é também um momento de rutura sistémica, pois as instituições, sejam elas públicas ou privadas, são forçadas a abandonar uma tradicional posição de independência e de prestígio intelectuais para passarem a ser regidas e geridas sob a égide do mercado. Por sua vez, este mercado aparenta não ter outra lei que não seja a da produtividade e a da competitividade.

No caso do meio editorial português, estas alterações são consubstanciadas no facto de, em poucos anos, a esmagadora maioria do mercado ter passado a ser controlada por apenas dois grandes grupos editoriais, o da Porto Editora e o da Leya. Este facto é razão suficiente para haver uma profunda reflexão sobre o papel do editor, enquanto um profissional cuja ação tem uma indelével marca no meio literário e cultural em que se move. Poder-se-á defender que o momento atual da edição não diverge muito do de qualquer passado, e nós também defenderemos isso. Poder-se-á defender que a função de um editor deve manter-se discreta na cadeia cultural em que está inserido, e nós também defenderemos isso. Contudo, tanto em relação à primeira afirmação como à segunda, apenas poderemos lamentar o facto de não existirem mais estudos sobre as

diversas épocas e sobre o discreto trabalho de um editor, até porque, no nosso entender, não há nada mais propício a abusos e a impunidades do que as justificações do tipo «existem mas ninguém sabe verdadeiramente o que eles fazem».

Jürgen Habermas refere Karl Marx e afirma que um «presente, aberto ao futuro, orienta a forma como nos apoderamos do passado» (Habermas. 2010: 26), pois «cada geração atual é responsável não só pelo destino das gerações futuras como também pelo destino sofrido em inocência pelas gerações passadas» (Habermas. 2010: 26-27). Ainda seguindo o pensamento de Marx, Habermas continua: «o sujeito atuante, a fim de produzir alguma coisa no mundo objetivo, leva a cabo atividades orientadas para fins que são sancionados pelo seu sucesso ou insucesso.» (Habermas. 2010: 73). Assim é, tal como o concebemos, um editor, um *sujeito atuante* que procura *produzir alguma coisa* e que vê as suas ações serem orientadas pelo *sucesso* ou *insucesso*.

Já não há conhecimento que possa prometer «a totalidade de uma coerência semântica, como o fazia o livro da natureza ou a escritura sagrada» (Habermas. 2010: 168), pelo que o estudo do livro é também a «discipline that studies texts as recorded forms, and the processes of their transmission, including their production and reception» (McKenzie. 1986: 12). Portanto, uma obra literária «garante que um texto possa ser sempre de novo lido em contextos que se modificam [...]. [...] o texto mantém aberta, em heroica abstração, a possibilidade da leitura reiterável» (Habermas. 2010: 186). É o próprio texto, juntamente com todos aqueles que com ele interagem, que possibilita «a história incontrolável da sua influência» (Habermas. 2010: 195).

Estamos conscientes da vulnerabilidade do poder de um editor, que não difere muito de qualquer agente social, pois «as decisões sim/não, que comportam a práxis comunicacional do quotidiano, não decorrem de um acordo normativo imputado, mas emergem dos processos cooperativos de interpretação» (Habermas. 2010: 324). Ou seja, uma primeira definição para *editor* pode ser, partindo das palavras de Jürgen Habermas, alguém «entregue a si mesmo com o seu insubstituível Sim ou Não, apenas sob a condição de permanecer ligado a uma comunidade universal por meio de uma busca cooperativa da verdade» (Habermas. 2010: 327).

Sendo este nosso estudo um ato de profunda responsabilidade, o de olharmos o mundo e a nossa ação nele, há que tomar algumas precauções. Portanto, o exercício do olhar implica uma evidência preocupante, pois o objeto do nosso olhar irá sempre excluir outros objetos que, não desaparecendo, continuarão a exercer a sua influência no objeto do nosso olhar, mesmo que a eles não dediquemos a nossa atenção. Todavia, esta

evidência não pode ser razão suficiente para não dirigirmos o nosso olhar para um objeto que nos suscita a mais genuína curiosidade e o maior interesse. Ter uma ideia e uma percepção implica não ter um infindável número de outras ideias e percepções, mas esse facto não pode significar que a nossa ideia e a nossa percepção vívida do mundo deixem de ter validade.

O editor coexiste numa complexa rede de agentes, pelo que importa refletir sobre a função desempenhada por cada um deles na cadeia editorial e no modo como o editor interage com cada um e com todos. Ao editor e à edição cabe ainda, principalmente na atualidade, tomar consciência de que o sucesso de qualquer indústria depende do seu correto posicionamento *global* e *glocal*, num delicado equilíbrio entre ser capaz de ser universal e de ser único.

O setor do livro, tanto a nível nacional como internacional, é um setor tradicional e um dos mais importantes das indústrias culturais e criativas. No entanto, neste início de século as mudanças são muitas e profundas, tanto a nível tecnológico como a nível socioeconómico e cultural. O advento do livro digital obriga a um reequacionamento do que é um livro, enquanto objeto, suporte e veículo de conteúdos; e a concentração de editoras em grandes grupos empresariais força as fronteiras do que diferencia um bem cultural de um outro qualquer bem transacionável.

Num contexto em que a revolução digital parece poder prescindir da mediação entre criador e consumidor, é essencial (re)conhecer o papel do mediador cultural, em geral, e do editor, em particular. Para tal, por um lado, há que recuperar a tríade autor-mediador-recetor que acompanha a própria história do livro desde sempre, e, por outro lado, há que identificar aquilo que caracteriza a atual rede de competências da figura do editor.

Dentro desta atual rede de competências do editor, há competências que são específicas do editor literário, das quais destacamos a de *developmental editing* e a de gestão de talentos. Ambas as competências se revelam da máxima importância para o sucesso da relação única que se estabelece entre editor e autor. No caso da edição de textos literários, realçamos o conceito de *revisão cúmplice*, a qual depende de outras duas características intrínsecas do editor em estudo: a invisibilidade e a confidencialidade.

Temos, assim, que a edição literária é uma forma privilegiada de mediação cultural, essencial para concretizar a passagem de um *inédito* a *édito*, isto é, o conjunto

de ações que permitem que uma obra se torne pública. Este ato de publicar está intimamente dependente do posicionamento de uma editora no meio editorial, ou seja, da sua linha editorial. Uma linha editorial constrói-se ao longo de toda a vida de uma editora e está, naturalmente, dependente da seleção das obras que integram o seu catálogo. No caso do presente estudo, damos particular relevo à apreciação literária de obras originais, a qual não pode estar desligada dos conceitos de gosto e de valor estético. Por sua vez, estes conceitos estão intimamente relacionados com o espaço-tempo da criação, da mediação e da receção de uma obra.

Vale ainda a pena considerar que este espaço-tempo faz ainda mais sentido no trabalho com obras de arte. Se assim acontecer, este espaço-tempo transforma-se em mais uma variante do capitalismo cultural que caracteriza o atual mercado da cultura. Portanto, é função do editor literário, mas também de qualquer mediador cultural, vigiar de perto a sua própria forma de estar no mercado da cultura. Se a ética é importante em qualquer função social, muito mais o é na mediação cultural, e o editor, mesmo (ou principalmente) o editor que exerce no meio empresarial privado, não pode alhear-se da sua responsabilidade para com a sociedade. Não sendo um decisor político, o editor literário faz parte integrante das políticas culturais e de leitura *latu sensu*, até porque a história das ideias demonstra que ler é um ato político.

Portanto, ao editor literário compete assumir a sua quota-parte de responsabilidade na formação de públicos, nomeadamente de públicos novos capazes de descodificar e apreender formas de arte nova. Compete-lhe igualmente contribuir para que a democracia da criação e a democratização da receção sejam uma realidade.

Sabemos que ser um mediador cultural implica assumir uma intransmissível responsabilidade social que se caracteriza por um espectro muito alargado de ações e de atitudes. Estas ações e atitudes deverão pautar-se por uma deontologia adequada ao impacte de tornar pública uma obra de arte. Ser mediador cultural, no geral, e editor literário, no particular, significa ser alguém que se vê a si próprio além das suas obrigações enquanto quadro técnico especializado de uma empresa. É por este motivo que consideramos ser chegado o momento de os mediadores culturais assumirem um código deontológico, como prova da tomada de consciência do seu papel imprescindível na sociedade.

Como forma de ilustrar todo o nosso estudo, optámos por seleccionar um caso exemplar de edição literária na história recente do setor do livro em Portugal. Assim, num único Apêndice apresentamos uma seleção de momentos de edição real fixados na

correspondência entre o José Saramago editor e um escritor que ele acompanhou de muito perto, José Rodrigues Miguéis. Esta correspondência está reunida num dos raros livros que têm como foco a relação entre um editor e um escritor e tem, na nossa opinião, a grande mais-valia de nele encontrarmos magistralmente retratados todo o quase secreto mundo que é a edição literária no mercado da cultura. Afinal, pelo que nos é dado ver através das numerosas cartas trocadas ao longo de anos, percebemos que a edição literária sempre foi difícil e frágil e que o mercado da cultura sempre foi determinante nas pequenas e nas grandes escolhas feitas pelos seus profissionais. Percebemos também o quanto é (sempre) apaixonante.

PARTE I

A EDIÇÃO

1. A EDIÇÃO EM CONTEXTO EMPRESARIAL

1.1. As indústrias culturais e criativas

O termo *Indústria Cultural* surge logo a seguir à Primeira Guerra Mundial para definir o entretenimento de massas potenciado principalmente pelo cinema. Foi batizado pela Escola de Frankfurt, com Theodor Adorno, e era um conceito intencionalmente pejorativo. Na época, cultura e indústria eram campos antagônicos e talvez seja por essa razão que ainda hoje persistem diferentes interpretações do que é a cultura e a indústria e do modo como ambas podem coexistir num mesmo espaço-tempo civilizacional. Para mais, a cultura continua a ser ligada à elite, enquanto a indústria se relaciona com as massas, separando o que é a *cultura erudita* da *cultura popular*. Embora muitos artistas e intelectuais se sintam ainda desconfortáveis com a ênfase dada aos aspetos do mercado no debate acerca das indústrias criativas, o certo é que o tempo se encarregou de libertar a cultura dos epítetos erudita e popular.

O termo *indústrias culturais e criativas* descende da noção de Indústria Cultural de Theodor Adorno e surgiu em 1994 no relatório *Austrália. Nação Criativa*. A origem relativamente recente do termo talvez seja a principal razão que leva à instabilidade do seu significado. Hoje, o que verdadeiramente distingue as indústrias culturais e criativas é o fator diferenciador dos respetivos colaboradores. As competências dos trabalhadores das indústrias culturais e criativas devem permitir-lhes desempenhar tarefas com valor acrescentado, que não podem ser realizadas com menores custo de produção em qualquer outro lado do mundo e por quaisquer outros profissionais. Os produtos resultantes do trabalho destes profissionais têm como objetivo satisfazer as aspirações estéticas, emocionais e espirituais, bem como o desejo de *experiência* que caracteriza os consumidores da atualidade. Portanto, as indústrias culturais e criativas saem da esfera da cultura e da arte e formam uma nova esfera do tradicional setor terciário.

Quer as indústrias culturais e criativas surjam para responder a novas necessidades dos consumidores quer seja o mercado que cria essas novas necessidades, o certo é que as indústrias culturais e criativas são cada vez mais uma indústria atraente para os investidores, que erguem grupos empresariais cada vez maiores num negócio que cada vez mais faz a diferença, tanto a nível local como global. Os produtos oriundos

da criatividade e criação humanas são hoje um bem comercial apetecível para os mercados e para as pessoas que compõem esses mercados.

Na atualidade, as indústrias culturais e criativas constituem um mercado de vulto e em expansão, e assim são consideradas por investidores (públicos ou privados), produtores (criadores e criativos), intermediários (mediadores ou distribuidores) e consumidores (passivos e ativos) que procuram formas de realizar o potencial destas indústrias.

As indústrias culturais e criativas estão diretamente dependentes da rápida implementação das novas tecnologias e da globalização crescente das últimas décadas, e implicam o abandono da produção tradicional em prol da inovação, cuja matéria-prima é a sua capacidade para conceber e criar bens comerciais inovadores e em permanente atualização.

Na nova economia dominada pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação, o valor material dos produtos comercializados é determinado por dados intangíveis, fortemente subjetivos, na medida em que respondem a necessidades dos consumidores, também elas intangíveis, como experiências novas, estimulantes e enriquecedoras. Assim, a capacidade de criar estas experiências é agora o principal fator de competitividade e para que as indústrias culturais e criativas continuem a ser competitivas, principalmente no atual contexto global da economia, os diversos poderes públicos e privados reconhecem o valor comercial da constante evolução das tecnologias de informação e comunicação, bem como dos conteúdos que alimentam essas tecnologias.

Nesta nova cultura empresarial, nestas novas formas de criação de valor acrescentado, as tecnologias de informação e comunicação e as indústrias culturais e criativas são ideais para ter um lugar de destaque. Possuem um grande potencial para gerar crescimento e emprego, de forma inteligente, sustentável e inclusiva, e tiram partido da riqueza e diversidade das culturas; no caso, as europeias. Por isso, as indústrias culturais e criativas da Europa ocupam um lugar privilegiado na macroestratégia da Europa 2020, pois delas poderão surgir respostas viáveis para algumas das iniciativas emblemáticas desta macroestratégia, como sejam a agenda digital, as soluções para as alterações climáticas, a agenda para novas competências e novos empregos; enfim, uma nova «política industrial para a era da globalização» (*Livro Verde*. 2010: 1).

No *Livro Verde. Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*², a Comissão Europeia apresenta as indústrias culturais e criativas, fazendo depender o seu sucesso da inovação constante, tanto nos seus processos de funcionamento e de fabrico como nos seus produtos; por isso constituem um dos setores mais dinâmicos da economia europeia, «contribuindo com cerca de 2,6% para o PIB da EU» (*Livro Verde*. 2010: 1). Segundo este *Livro Verde*, as indústrias culturais e criativas têm ainda uma taxa de crescimento elevada e dão emprego a cerca de cinco milhões de pessoas na União Europeia a 27.

Como o seu próprio nome indica, as indústrias culturais e criativas produzem bens culturais e criativos que são diretamente absorvidos pelos consumidores, como sejam os livros, por exemplo, mas produzem também soluções imaginativas para muitos setores da economia, «desde a regeneração ou promoção da imagem de países, regiões ou cidades até ao desenvolvimento de competências em tecnologias da informação e das comunicações (cibercompetências) úteis para a aprendizagem ao longo da vida» (*Livro Verde*. 2010: 3).

Visto que dependem das competências técnicas e culturais dos seus colaboradores, este tipo de indústrias tem uma forte ligação à educação. Neste sentido, as indústrias culturais e criativas contribuem para a formação de *cidadãos de excelência*³ que, por sua vez, contribuem para o desenvolvimento de uma sociedade baseada no conhecimento. Esta sociedade estimula «a procura de conteúdos e produtos mais diversificados e sofisticados» (*Livro Verde*. 2010: 3), os quais contribuem para a formação de mais cidadãos de excelência e assim sucessivamente, abrindo «a porta a um futuro mais imaginativo, mais coeso, mais ecológico e mais próspero.» (*Livro Verde*. 2010: 3)

Um dos principais objetivos do *Livro Verde* é encontrar o denominador comum entre as várias conotações atribuídas aos termos *cultural* e *criativo* em toda a União Europeia. No ano 2000 foram identificadas oito áreas que, em conjunto, constituem as indústrias culturais e criativas – os patrimónios artístico e monumental; arquivos e

² Este *Livro Verde* decorre de uma resolução do Conselho Europeu de 2007. Assenta nas recomendações de dois grupos de trabalho – o das indústrias culturais e criativas e o das sinergias entre cultura e ensino – e de duas plataformas da sociedade civil – a das indústrias culturais e criativas e a do acesso à cultura. Baseia-se igualmente em estudos independentes e relatórios realizados para a Comissão Europeia e inspira-se nas estratégias desenvolvidas em vários Estados-Membros para tirar partido do potencial das indústrias culturais e criativas. Retoma ainda algumas conclusões do Ano Europeu da Criatividade e Inovação (2009), nomeadamente a necessidade de relacionar arte, filosofia, ciência e empresas.

³ Utilizamos o termo «cidadãos de excelência» por analogia com «atletas de excelência», isto é, atletas de alta competição com competências e performance acima da média.

bibliotecas; livros e imprensa; artes plásticas; arquitetura; artes do espetáculo, audiovisuais/multimédia – e seis funções (preservação, criação, produção, divulgação, comércio/vendas e educação). Foi ainda alcançada a seguinte definição:

Indústrias culturais são as indústrias que produzem e distribuem bens ou serviços que, no momento em que são desenvolvidos, têm uma qualidade, utilização ou finalidade específica que incarna ou transmite expressões culturais, independentemente do seu valor comercial. (*Livro Verde*. 2010: 3)

As indústrias culturais e criativas estão intimamente dependentes das tecnologias de informação e comunicação, que têm um impacto enorme em toda a cadeia de valor: criação, produção, distribuição e consumo dos bens e serviços culturais. Esta realidade permite aos criadores produzirem e distribuírem as suas obras junto de um público cada vez mais vasto, a menor custo e sem condicionalismos físicos e geográficos, alterando, assim, os padrões tradicionais de produção e distribuição. Por sua vez, os cidadãos dispõem de uma oferta cultural mais vasta e diversificada. Uma oferta que exige que o público possua condições para atualizar as suas cibercompetências, pois a rápida evolução das tecnologias de informação e comunicação implica que os seus utilizadores tenham altos níveis de literacia digital.

Além destas vantagens, este novo ambiente apresenta também desvantagens, especialmente para as indústrias de conteúdos – livros, imprensa, audiovisuais, multimédia –, devido à permissividade na aquisição gratuita mas ilegal desses conteúdos. Se os conteúdos não têm de ser comprados, as indústrias que os produzem veem as suas receitas seriamente reduzidas, o que piora as condições que podem dar aos criadores e produtores desses conteúdos e limita o seu potencial de criação de emprego e de investimento. Este problema é ainda agravado pelo facto de estas indústrias produzirem bens que, salvo raras exceções, implicam um forte investimento de dinheiro e tempo na criação e produção de produtos com um grande fator de risco nas probabilidades de sucesso comercial e que, mesmo em casos bem-sucedidos, demoram a gerar retorno financeiro⁴.

Para mais, a grande maioria das indústrias culturais e criativas são micro, pequenas e médias empresas, ou mesmo profissionais independentes, em geral com

⁴ Ver exemplo da carreira de Mía Couto descrito no subcapítulo 3.1.

fortes índices de interdependência, o que aumenta a dificuldade em funcionar neste setor. Esta realidade é ainda agravada pelo facto de serem estes micro e médios agentes, regra geral, os primeiros a procurar e a desenvolver novos talentos que, por sua vez, criam produtos que geram novas tendências e novas estéticas. Para que as indústrias culturais e criativas possam rentabilizar e otimizar este seu potencial cultural e económico, é preciso que tenham «acesso à combinação adequada de competências e de acesso aos meios de financiamento» (*Livro Verde*. 2010: 4).

Esta necessidade deve-se ao próprio desenvolvimento cultural e criativo proporcionado pelas indústrias culturais e criativas e pelas tecnologias de informação e comunicação, pois é um ambiente que estimula o aparecimento de «subculturas que resultam numa combinação pluridisciplinar de formas e conteúdos artísticos novos e tradicionais» (*Livro Verde*. 2010: 4). Estas novas instituições não substituem as tradicionais mas ganham cada vez mais importância no acesso a serviços culturais, alterando estilos de vida através de novas «sementes da curiosidade» (*Livro Verde*. 2010: 6) que proporcionam uma relação íntima com a cultura ao longo da vida.

Para que a Europa se mantenha na vanguarda, são necessárias outras interações entre as diferentes disciplinas artísticas e criativas, os diversos (sub)sectores, os domínios económicos e os diferentes pontos da cadeia de produção. Deve promover-se uma colaboração mais intensa, sistemática e abrangente entre as artes e as instituições académicas e científicas, bem como as iniciativas público-privadas para apoiar as experiências dos artistas. (*Livro Verde*. 2010: 6)

É neste quadro que os mediadores ganham especial relevo, pois a sua função, aparentemente *dispensável* numa época que permite a relação direta entre produtores e consumidores, é aquela que pode (e deve) ser o garante de qualidade no apoio a criadores e recetores. Portanto, devem ser os mediadores a promover «as boas práticas em matéria de responsabilização e de transparência, o que permitirá assegurar padrões de excelência a nível mundial» (*Livro Verde*. 2010: 7). São as indústrias culturais e criativas que permitem a construção e divulgação de um «património cultural valioso e diversificado» (*Livro Verde*. 2010: 7), em que se movimentam «artistas qualificados e outros profissionais da criação» (*Livro Verde*. 2010: 8). Delas depende a «interligação eficaz de vários níveis de serviços empreendedores e inovadores, para trazer a criatividade para o mercado» (*Livro Verde*. 2010: 8).

Para que as indústrias culturais e criativas cumpram estes desígnios é essencial atrair talentos capazes de manter o fluxo do processo criativo, e esses talentos são os *criadores* propriamente ditos, que garantem as novas ideias e as novas obras, mas são também talentos *criativos*, que suportam esses criadores e os acompanham nas fases de produção, divulgação, comercialização e receção da respetiva obra, os chamados *mediadores*.

Por sua vez, tanto criadores como mediadores carecem do acompanhamento de quadros com competências empresariais, comerciais ou de gestão, que compreendam os mecanismos de financiamento e as novas tecnologias de informação e comunicação, mas compreendam também as necessidades dos criadores e a função dos mediadores. Finalmente, as indústrias culturais e criativas e todos os seus componentes carecem de decisores políticos que compreendam as especificidades e as potencialidades de cada um dos seus subsetores.

O papel destes decisores pode ser, por exemplo, harmonizar a formação académica e técnica e as práticas profissionais, proporcionando um tipo de aprendizagem que dê acesso não só a informação atualizada mas também a profissionais e a experiências concretas. Este formato educativo é tanto mais importante quanto adequado num contexto que, recordamos, é composto maioritariamente por pequenas ou médias empresas, nas quais a qualidade da formação teórica e técnica só é fundamental se acompanhada de um bom nível de polivalência e capacidade de adaptação aos cenários sempre imprevisíveis da criação de bens culturais e criativos.

É sabido que o valor das indústrias culturais e criativas depende quase exclusivamente dos seus ativos intangíveis, por exemplo, os autores, mas estes ativos têm sérias dificuldades de reconhecimento, principalmente se o seu *valor simbólico* não tem reflexo equivalente nas finanças das respetivas empresas. Isto é muito normal quando, por exemplo, uma editora tem um conjunto de novos talentos e/ou de novos produtos que podem até ter já conquistado o reconhecimento da crítica e dos pares, mas não cumprem os requisitos padronizados de *valor comercial*.

A política de coesão da UE reconheceu os vários contributos da cultura para os seus objectivos estratégicos (convergência, competitividade e emprego e cooperação territorial) [...]. Para terem êxito, as estratégias integradas de desenvolvimento devem ser definidas ao nível territorial pertinente, no quadro de uma parceria entre as entidades públicas responsáveis pelas diferentes

políticas (como sejam o desenvolvimento económico, o emprego, a educação e a cultura) e os representantes da sociedade civil, ou seja, as empresas, os trabalhadores e as associações de cidadãos. (*Livro Verde*. 2010: 11)

A realidade das indústrias culturais e criativas é complexa, repleta de subtis mas determinantes relações de causa-efeito, pelo que o sucesso destas indústrias está particularmente dependente de a União Europeia, no geral, e de os governos nacionais e regionais, em particular, apoiarem o papel da cultura no desenvolvimento. Este desenvolvimento não se limita às fronteiras europeias, sejam elas as suas tão diversas regiões, os seus Estados-Membros ou o seu conjunto europeu. Antes, os imprescindíveis intercâmbios culturais, num contexto local, global ou glocal, são um reflexo dos valores comuns que estão no centro do projeto europeu.

São estes os pilares fundamentais em que pode ser moldada uma «imagem da Europa» distintiva e dinâmica, uma imagem de uma Europa atraente e criativa, tirando partido do seu património valioso e da sua abertura às culturas de todo o mundo. A longa tradição e os vastos recursos da Europa em termos de cinema, música, arte, arquitectura, design e moda dão um contributo positivo claro para as relações da UE com o resto do mundo. (*Livro Verde*. 2010: 16)

Um aspeto muito importante das indústrias culturais e criativas é a sua natural competência nas *leituras abrangentes do mundo*. A arte e a cultura, a par da ciência, são as atividades que mais rapidamente compreendem as necessidades globais da humanidade, tendo também uma capacidade ímpar para promover mudanças de comportamento nas nossas sociedades. São estas atividades que melhor respondem aos grandes desafios civilizacionais, sejam eles o aquecimento global ou os conflitos étnicos e/ou religiosos, pois o facto de fomentarem e abraçarem *grandes causas* torna-as parceiros insubstituíveis no momento de *esclarecer* as mentes e as ações das pessoas comuns.

É preciso, no entanto, lembrar que cultura e educação são totalmente interdependentes. Uma não existe sem a outra e nem uma nem outra são suficientes para enfrentar o devir das sociedades. A cultura que não está apoiada numa base de largo espectro da educação limita-se a afetar uma minoria e a fomentar diferenças sociais que demoram gerações a serem ultrapassadas. A educação que não está direcionada para

elevar os níveis de cultura dos seus educandos limita-se a formar cidadãos dóceis e sem curiosidade, com ambições imediatistas e pouco diversificadas. Portanto, a solução consiste em maximizar a relação entre a cultura e a educação, com base num pressuposto principal:

a criatividade não é exclusivamente um dom inato. Todas as pessoas são criativas, de uma forma ou de outra, e podem aprender a utilizar o seu potencial criativo. No actual contexto mundial complexo e em rápida mudança, devemos, por isso, esforçar-nos por promover a criatividade e as competências empresariais e interculturais que nos ajudarão a responder melhor aos novos desafios económicos e sociais (*Livro Verde*. 2010: 19).

Está bem de ver que consideramos a cultura e a educação, em geral, e as indústrias culturais e criativas, em particular, como macromediadores institucionais e empresariais, profundamente dependentes das decisões e das ações de cada uma das pessoas que os constituem.

Se, por um lado, temos um contexto aparentemente favorável àquilo que podemos apelidar de *empatia sociocultural*, em que se parte do princípio de que as indústrias culturais e criativas são benéficas aos cidadãos e à sociedade, por outro lado, as indústrias culturais e criativas existem numa sociedade marcadamente neoliberal, liderada por um capitalismo que pouco evoluiu desde o seu aparecimento e no qual, sem «sombra de dúvida, a vontade do capitalista consiste em encher os bolsos o mais que possa» (Marx. 1996. Vol. I: 73).

É preciso não esquecer que, atualmente, as indústrias culturais e criativas são controladas por grandes grupos económicos que viram nelas um investimento seguro, dados os resultados económicos que alcançaram durante as últimas décadas. Este facto tem efeitos determinantes na qualidade dos produtos saídos das indústrias culturais e criativas que, por sua vez, está inteiramente dependente da qualidade dos quadros que trabalham nessas indústrias. Por sua vez, estes quadros estão inteiramente dependentes das condições que lhes são dadas para trabalhar, as quais, naturalmente, estão diretamente dependentes dos resultados obtidos pelas empresas.

Neste contexto, grande parte dos agentes culturais e criativos, e até mesmo os próprios criadores, estão diminuídos à condição de intelectuais assalariados⁵, cujo sustento e a própria carreira dependem das estratégias seguidas pelas respectivas equipas de gestão. Estas últimas têm de adequar as suas estratégias à necessidade de obterem resultados a curto prazo, e estes resultados refletem o valor que o mercado atribui aos bens e serviços oriundos das indústrias culturais e criativas.

1.2. Agentes e produtos das indústrias culturais e criativas

O sistema de criação de valor de uma *Indústria de Conteúdos*, como o caso da edição, assenta: «no facto de o valor de uma casa editora se basear nos conteúdos que possui.» (Faria e Pericão. 2008). Também a *Indústria de Informação*, em que se enquadram as indústrias culturais e criativas a par das tecnologias de informação e comunicação, reconhece a «informação como matéria-prima [...], o que permite criar um “bem” que pode ser comercializado» (Faria e Pericão. 2008).

O valor dos agentes e dos produtos das indústrias culturais e criativas decorre da relação estabelecida entre este tipo de indústria e o meio económico em que se desenvolve. Para compreendermos esta relação há que ter em conta as especificidades de cada um, o que é particularmente complexo no caso das indústrias culturais e criativas.

Consideramos, como José Afonso Furtado, que o meio editorial, em particular, e as indústrias culturais e criativas, em geral, devem ser analisados a partir da *teoria da complexidade*.

Complexidade significa variedade e variabilidade [...] e flexibilidade na adesão a contextos ou situações diferenciados. Mas significa também indeterminação [...], contando com a eficácia da aprendizagem no decurso da atividade. [...]. Num mundo complexo, pequenas causas podem provocar grandes efeitos (Furtado. 2009: 180).

⁵ Adotamos o termo «intelectuais assalariados» enquanto característica de trabalhadores por conta de outrem que têm a cultura como área de ação.

Assim é porque as indústrias culturais e criativas partilham uma economia extremamente dinâmica, mesmo movediça. Para compreendermos o seu funcionamento, temos necessariamente de avaliar um conjunto muito alargado de agentes, «considerando, por exemplo, não só as actividades que uma empresa controla num determinado momento, mas também o conjunto das actividades no sistema de criação de valor de que essa empresa faz parte» (Furtado. 2009: 270).

Diz-nos Karl Marx, em *O Capital*, que: «à primeira vista, parecerá que o valor de uma mercadoria é algo completamente *relativo*, que não se pode determinar sem pôr uma mercadoria em relação com todas as outras» (Marx. 1996. Vol. I: 91). Mas, como esclarece este autor, «os *valores de troca* das mercadorias não passam de *funções sociais* [...]: Qual é a *substância social* comum a todas as mercadorias? É o *trabalho*» (Marx. 1996. V I. I: 92).

No caso da criação, produção e comercialização dos bens das indústrias culturais e criativas, esta realidade é absolutamente incontornável em toda a cadeia de produção deste tipo de bens. O trabalho de cada um dos colaboradores envolvidos faz toda a diferença no resultado final e, ao contrário do que se pode pensar, nem mesmo na produção ou na comercialização esse trabalho é *indiferente*.

É óbvio que tudo depende do trabalho *original* de um criador, mas são muito raros os casos de obras que chegam ao consumidor sem nenhum tipo de intermediários e/ou mediadores, mesmo contabilizando os novos contextos de produção e difusão permitidos pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Isto porque as obras precisam de uma cadeia de intervenientes para que possam ser tornadas públicas e se transformem num bem transacionável. Muito embora as novas plataformas digitais permitam, por exemplo, que um pintor exponha e comercialize os seus trabalhos diretamente na Web, isto significa apenas que ele, o criador, assume todas as funções e tarefas tradicionalmente envolvidas numa cadeia de produção, divulgação e comercialização das indústrias culturais e criativas. *Não significa que o processo possa prescindir dessas funções e tarefas*, como veremos ao longo deste trabalho. Podemos não contabilizar o trabalho envolvido na produção de matérias-primas, sejam elas os tecidos utilizados na criação de uma linha de pronto-a-vestir ou o papel utilizado na impressão de um jornal, revista ou um livro, mas o certo é que não se pode prescindir do guionista de um filme, por exemplo, ou dos costureiros de uma peça de roupa.

Todos os produtos artísticos, mesmo os puros⁶, são mercadorias e envolvem uma cadeia de intervenientes, à qual não é possível escapar e na qual até o artista é considerado um agente, um elo da cadeia, mesmo que a sua função seja somente a de criador, o primeiro elo, e não assuma nenhuma das restantes tarefas necessárias para que a sua obra chegue ao público. Portanto, os bens culturais e criativos são mercadorias que não escapam a uma cadeia de produção, ou seja, ao trabalho de vários trabalhadores, ou operários, mesmo que sejam altamente qualificados:

O que o operário vende não é directamente o seu trabalho, mas a sua *força de trabalho* [...]. Se lhe fosse permitido vendê-la sem limitação de tempo, teríamos imediatamente restabelecida a escravatura. (Marx. 1996. Vol. I: 98)

No entanto, no caso das indústrias culturais e criativas o valor da força de trabalho envolve variáveis complexas que não se podem cingir à equação: «distintas espécies de força de trabalho possuem distintos valores» (Marx. 1996. Vol. I: 100). O que acontece, no caso das indústrias culturais e criativas, é que o valor do trabalho dos criadores e restantes envolvidos depende diretamente do valor alcançado pelas mercadorias que produzem, mas, como também o valor dessas mercadorias envolve variáveis complexas, o valor do trabalho é extremamente díspar. Salvo raras exceções, esse valor está ainda longe do que se poderia pensar, quando atualmente muito se apregoa acerca das características exclusivas e essenciais do trabalho necessário à produção de bens culturais e criativos. Na verdade, a norma continua a ser não *ver* que «o que distingue, de antemão, o pior arquitecto da melhor abelha é que ele construiu o favo em sua cabeça, antes de construí-lo em cera» (Marx. 1996. Vol. I: 298).

As indústrias culturais e criativas e as tecnologias de informação e comunicação podem ser os atores principais para alcançar o objetivo de tornar a União Europeia uma economia baseada no conhecimento, competitiva, dinâmica e capaz de um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e maior coesão social, mas

The role of the cultural and creative sector within this context is still largely ignored. Indeed, the move to measure the socio-economic performance of the

⁶ «Produtos artísticos puros» são aqui entendidos como sendo as obras de arte que não foram, na sua génese, pensadas com fins comerciais e que, portanto, ignoram tendências de mercado ou campos de poder do meio artístico.

sector is a relatively recent trend. [...] That leads to the perception that the arts and culture are marginal in terms of economic contribution and should therefore be confined to the realms of public intervention. (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 2)

Toda a cadeia de valor das indústrias culturais e criativas está refém do reconhecimento do seu real impacte socioeconómico por parte dos decisores políticos e empresários. As indústrias culturais e criativas são um setor cujo crescimento oferece rumos potencialmente diferentes, quer se entenda a cultura como promotora da diversidade, de um sentimento de pertença e da difusão dos valores democráticos e sociais, ou, pelo contrário, se considere que a cultura é apenas mais um *braço armado* da homogeneização de valores e ambições individuais e coletivas. Esta realidade justifica, em grande parte, a dificuldade em definir as atividades que integram as indústrias culturais e criativas, pois o entendimento do que é a cultura diverge tanto a nível nacional como internacional.

A setores tradicionais da arte e da cultura, como o cinema, a música e a edição, juntam-se, nas atuais indústrias culturais e criativas, setores como os meios de comunicação (imprensa, rádio e televisão), setores criativos (moda, decoração, design, etc.) e as indústrias das novas tecnologias de informação e comunicação. Este novo contexto é de tal forma diversificado que o mercado opta tendencialmente pela simplificação e trata de forma igual todos estes setores, quer se refiram aos campos da arte e cultura quer se relacionem com todas as outras indústrias. É verdade que uma pintura pode alcançar valores excecionais, mas o mais certo é que os valores totais respeitantes a um modelo de telemóvel, por exemplo, são muito mais elevados, o que torna os seus gestores de produto, por exemplo, mais bem-pagos do que um galerista. Portanto, a tendência pode ser colocar pintores a desenhar screensavers, pois a indústria tem dificuldades em se entender a si própria se não for nos termos da «mass reproduction, mass-dissemination and exports» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 3). A arte torna-se um subsetor criativo na produção de bens não culturais, o que nos permite, talvez, clarificar as diferenças entre criatividade e criação, pois, ao contrário da criação, a criatividade é entendida como o uso de «cultural resources as an intermediate consumption in the production process of non-cultural sectors, and thereby as a source of innovation.» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 29)

Muito embora, quando comparada com outros setores da economia, a cultura tenha «an additional dimension – it not only creates wealth but it also contributes to social inclusion, better education, self-confidence» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 29), além de ser «a powerful tool to communicate values and to promote objectives of public interest» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 29), a verdade é que, se a cultura não conseguir provar o seu valor económico, os seus produtos continuarão a ser subvalorizados, assim como os agentes que os tornam possíveis.

A cultura vale por si, isto é, os seus produtos valem pelas suas características inerentemente ou exclusivamente estéticas, mas a cultura pode também ser considerada um *embaixador de valores*, como a tolerância, a democracia, a diversidade e o pluralismo. De qualquer das formas, os produtos culturais nunca são meras mercadorias e merecem um tratamento adequado às suas especificidades.

Devemos, portanto, inferir que a arte não tem preço e que o investimento em arte não requer justificação económica? Que a atividade cultural deve ser afastada da realidade do mercado? Que a criação deve ser totalmente independente de quaisquer dividendos? Não. Aliás, mesmo que a resposta fosse afirmativa, está à vista de todos que o mercado rejeita atividades artísticas, bem como criadores e obras, alegando que não são rentáveis, pelo que é impossível separar o mundo da cultura do mundo da economia.

O facto de a cultura não constituir um mundo à parte da economia não justifica que o poder público a considere um custo e não um investimento, até porque a contribuição da cultura para a economia tem sido gradualmente reconhecida. Do mundo da cultura saem agentes e produtos que são incorporados em bens e serviços das indústrias culturais e criativas, por certo, mas também nas indústrias tradicionais. Se é verdade que uma obra literária é um bem cultural por excelência, por exemplo, não é menos verdade que a tipografia, que imprime o livro que será o suporte e o veículo dessa obra, pertence ao mundo da economia pura.

Por outro lado, há que ter em conta que as indústrias culturais e criativas só surgem, enquanto indústrias, porque o próprio perfil de consumidor se alterou. «When basic needs are covered, and satisfied, consumption is increasingly a cultural statement» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 31). Deixa, então, de ser possível continuar a ver a arte e a cultura como setores subsidiados, a justificar os subsídios públicos com a natureza não económica e não lucrativa das obras de arte porque o seu valor económico é cada vez mais reconhecido. As indústrias culturais e criativas são, assim, um sistema

complexo que combina talento, inovação, ideias, competências, tecnologia, gestão e processos de produção, reconhecimento e valorização. Principalmente no atual contexto económico, que é a «combination of factors of production, tangible and intangible» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 39).

Um outro relatório, o *Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010: Economia criativa, uma opção de desenvolvimento*, apresenta a perspetiva das Nações Unidas sobre o tópico do valor das indústrias culturais e criativas. O relatório indica que o comércio mundial de produtos e serviços criativos permaneceu relativamente sólido, mesmo num momento em que os níveis gerais de comércio internacional caíram, devido à crise financeira mundial de 2008, «embora o crescimento da economia criativa não seja, por si só, uma panaceia, ele potencialmente oferece caminhos mais resilientes, inclusivos e sustentáveis para a recuperação.» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 17)

O potencial socioeconómico das indústrias culturais e criativas é considerável e o seu valor, no seio da economia mundial, pode ser incrementado porque é um setor que já deu provas de conseguir maiores níveis de geração de emprego, maiores oportunidades de fortalecimento das capacidades de inovação e alta qualidade de vida social e cultural. Os consumidores atuais destinam parcelas de rendimento cada vez maiores a «experiências de vida que estão associadas a status, estilo, marcas e diferenciação.» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 27)

Não é, portanto, de estranhar que tanto países desenvolvidos como em desenvolvimento estejam a dedicar uma atenção cada vez maior às indústrias culturais e criativas, até porque estas, devido às suas características intrínsecas, promovem uma «abordagem mais holística ao desenvolvimento» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 22). Esta *abordagem holística* caracteriza-se por ser inclusiva e eclética e desempenha um papel essencial num quadro económico pautado pela complexidade e pela incerteza, como é o das indústrias culturais e criativas. No entanto, este tipo de indústrias facilita novas abordagens para o desenvolvimento e novas formas de parcerias entre o mercado e as políticas públicas, o que pode ser uma nova proteção, tanto para um como para as outras, em momentos futuros de maior stress financeiro.

No *mundo novo* em que vivemos, são as indústrias culturais e criativas e as tecnologias de informação e comunicação, quase exclusivamente baseadas na

informação e no conhecimento, que se mostram mais resilientes perante as agressões financeiras: «Em 2008, apesar dos 12% de queda vivenciados pelo comércio global, o comércio mundial de produtos e serviços criativos continuou sua expansão, [...] refletindo uma taxa de crescimento anual de 14% durante o período de 2002 a 2008.» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 22)

À primeira vista, esta tendência de consumo é muito positiva, mas é preciso compreender as suas perversidades. Quando se junta a tendência do consumo de *experiências de vida* com a industrialização da arte e da cultura, estamos a abrir portas à criação de produtos que só na sua aparência são culturais; na sua essência, são apenas *produtos criativos*, cujo contributo para um alargamento do conhecimento e da informação dos consumidores é, também ele, aparente.

Não é, portanto, de estranhar que o debate esteja aceso quanto a identificar e caracterizar termos como *economia criativa*, *classe criativa*, *economia da experiência* ou *bens criativos comuns*. No entanto, estes termos são secundários e ficam automaticamente identificados, se soubermos classificar, em primeiro lugar, o que entendemos por *criatividade artística*, que «envolve a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 33) e *criatividade científica*, que implica «curiosidade e disposição para experimentar e fazer novas conexões ao solucionar problemas» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 33). Depois, consideramos a *criatividade económica*, enquanto «processo dinâmico que leva à inovação em tecnologia, práticas de negócio, marketing, etc.» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 33) e o que este tipo de criatividade faz em relação à concretização e valorização dos primeiros tipos de criatividade aqui identificados como estruturais.

Outro fator a ter em conta são os diferentes tipos de capital envolvidos nas indústrias culturais e criativas. Assim, temos «quatro formas de capital – social, cultural, humano e estrutural ou institucional» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 34), mas sabemos de antemão, pelo que já aqui expusemos, que é o quarto que detém o poder de atribuir valor a si próprio e aos restantes. Desta forma, é fácil compreender que, nas contas definidas pelo mercado, a maior fatia da valorização vá para o capital estrutural ou institucional. Muito embora nos pareça óbvio que este quarto tipo de capital não pode existir sem os três primeiros, o

certo é que é este o capital que controla a difusão e comercialização do trabalho resultante dos capitais social, cultural e humano, o que o torna muito poderoso, demasiado poderoso.

A originalidade dos produtos culturais está na base do seu valor no mercado e significa «criar algo a partir do nada ou reconstruir algo que já exista.» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 34). Portanto, o conceito de *produtos culturais* caracteriza-se por ser um produto que resulta da criatividade humana, que é um veículo de mensagens simbólicas não utilitário e cuja propriedade intelectual seja atribuída ao indivíduo ou grupo que o produz. Como nas restantes atividades económicas, também as atividades culturais são valorizadas «tanto por aqueles que os fabricam quanto por aqueles que os consomem» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 35), consoante o ambiente económico-social em que os diferentes atores se movimentam.

Estes atores constituem a *classe criativa* e «inclui pessoas que fazem parte dos campos da ciência e engenharia, arquitetura e design, educação, artes, música e entretenimento» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 48). A classe criativa inclui ainda um grupo bastantes heterogéneo de trabalhadores que valoriza a criatividade, individualidade, diferença e mérito e que acrescentam valor. Nesta classe criativa podem ainda ser incluídos os empreendedores criativos, capazes de transformar ideias em produtos ou serviços criativos para a sociedade.

Ampliar a ideia de criatividade como sendo uma força motriz na economia do conhecimento coloca as indústrias criativas em foco como uma fonte principal da mão-de-obra especializada que pode produzir ideias criativas e realizar inovações em uma ampla variedade de atividades, desde o empreendedorismo de negócios até novos programas sociais imaginativos. (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 50)

A oferta de produtos culturais e/ou criativos cresce na exata medida do aumento da procura e, conseqüentemente, tanto o custo de produção como o preço de venda ao público (PVP) destes produtos vão caindo. Isto sucede, não só porque a tecnologia e os modos de fabrico evoluem, mas também porque a «mudança de padrões de consumo cultural também impulsiona o crescimento da economia criativa.» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 50)

A economia criativa está de boa saúde e é, por isso, uma economia que gera emprego para as diferentes classes criativas. Estas classes criativas têm de ser detentoras de um conhecimento intensivo e competências específicas, sendo que este alto nível de qualificação promove, em teoria, uma maior qualidade dos empregos. Na prática, raramente é o caso porque, como já defendemos anteriormente, estes trabalhadores são, na sua esmagadora maioria, uma nova classe de operários, ou melhor, são intelectuais assalariados, cujos elevados níveis de formação não são compatíveis com as condições de trabalho nem com os salários recebidos.

O desafio é considerar estas classes criativas parte integrante da estratégia das próprias empresas e não como quadros superiores meramente executivos. O que é possível constatar é que estes trabalhadores têm excesso de trabalho. No caso da edição, muitos editores trabalham para várias chancelas, acompanham todos os autores ativos dos respetivos catálogos e supervisionam toda a cadeia de produção e divulgação dos livros já contemplados no plano editorial. Ao mesmo tempo, esses editores fazem a apreciação de centenas de propostas editoriais em simultâneo com numerosas e diárias tarefas maioritariamente rotineiras e rigidamente estruturadas, hierarquizadas e burocratizadas (planos de negócio, contratos, relatórios, orçamentos, etc.). Tendencialmente, os diferentes departamentos de uma mesma editora funcionam de forma isolada e comunicam mal entre si. A competitividade interna, incentivada em muitas empresas também dificulta a cooperação interpares, pois esta cooperação põe em risco a autoria dos (bons) resultados.

Este ambiente é altamente prejudicial a qualquer tarefa criativa, pois este tipo de trabalho depende de relações fáceis para promover a troca de informações e o contributo de todos os envolvidos.

Tendo em conta que quase todo o conhecimento reside nas pessoas [...], urge gerir as pessoas em conformidade com este pressuposto. [...]. Conduzir as pessoas a realizar o seu potencial significa saber gerir os recursos humanos com inteligência, sensibilidade e flexibilidade e requer a atribuição de uma maior liberdade e responsabilidade (Santos. 2004: 148).

A situação mais comum é os criadores não estarem integrados nos quadros das indústrias culturais e criativas, pelo que a ponte entre estes e as empresas que produzem, promovem e comercializam o seu trabalho é feita pelos quadros criativos, esses, sim,

pertença dos Recursos Humanos. Esses quadros sabem que a única forma de *gerir* os criadores é através de uma relação de empatia e de confiança. No entanto, as empresas raramente compreendem, valorizam e estimulam este tipo de relação e teimam numa gestão puramente racional. Nada temos contra uma gestão centrada de objetivos, mas esses objetivos têm de ir além do cumprimento de prazos e do respeito pelos orçamentos previstos num plano anual. Quando a matéria-prima, fonte primária de todo o sistema, é o trabalho artístico e criativo, toda a gestão subsequente tem de *valorizar a diferença*, não penalizá-la. Um escritor previu entregar um romance de 200 páginas e acaba por ter 600, um ilustrador imaginou um trabalho a cores e acabou por optar por desenhos a carvão, um ensaísta propôs-se trabalhar a relação entre a obesidade e a diabetes, mas a sua investigação levou-o a privilegiar os efeitos da diabetes em doentes depressivos...

Toda a cadeia de colaboradores, e não só o editor ou o coordenador editorial que contacta diretamente com o autor, deve partir do princípio de que estas *surpresas* são naturais e normais quando se trabalha com obras originais. Portanto, toda a cadeia deve ter a flexibilidade necessária para *encaixar* as diferenças de produção, divulgação e comercialização que estes novos livros apresentam. É esta a única forma de otimizar um trabalho original, até porque a qualidade desse trabalho está diretamente relacionada com o nível de receptividade, confiança e entusiasmo que o autor sente haver do outro lado, do lado empresarial que vai utilizar o seu trabalho. Apresentamos o exemplo da edição, mas o mesmo é válido para as restantes artes: o pintor que faz obras maiores do que o previsto, o encenador que precisa de um novo cenário, o realizador que, afinal, vai filmar apenas no exterior, etc. O que é importante realçar é que todos os que orbitam à volta de uma obra têm de funcionar como uma equipa que compreende estas mudanças e que vai considerá-las uma mais-valia, mesmo que seja preciso encontrar *soluções criativas* para respeitar tanto o trabalho do criador como as limitações financeiras e de produção da empresa.

Mesmo nas indústrias culturais e criativas cujo trabalho é por natureza mais próximo das indústrias tradicionais, como a imprensa escrita, por exemplo, a *gestão de imprevistos* continua a ser muito frequente e o sucesso do produto final corresponde à forma como se resolvem criativamente esses imprevistos. «A produtividade do capital intelectual depende da partilha e da capacidade da organização em transformá-lo em projectos, produtos/serviços transaccionáveis no mercado» (Santos. 2004: 150). Ou, continuando a acompanhar o estudo de Maria João Nicolau Santos, «o que está de facto

em causa é a capacidade para se estabelecer uma adequada ligação entre o capital intelectual e a estratégia organizacional» (Santos. 2004: 151).

Estamos na época das redes de informação e conhecimento, e as redes implicam partilhas constantes. Esta partilha implica uma estrutura de funcionamento o mais horizontal possível, anulando ou diluindo o organigrama clássico, que é ainda demasiado hierárquico e controlador. Na sua maioria, as empresas ainda promovem este tipo de organigrama porque as respetivas estratégias comerciais, e os decorrentes objetivos, determinam o sucesso ou o insucesso das administrações e das chefias de departamento. Como no atual mercado laboral todos sentem *a sua cabeça a prêmio*, estas administrações e chefes têm a tendência para estruturar as respetivas equipas num esquema piramidal muito duro, no qual os chefes são os únicos a tomar decisões e a delimitar os campos de ação de cada trabalhador. A competição entre os diferentes departamentos de uma empresa é feroz, e todos os chefes procuram assegurar que os seus departamentos obtêm os melhores resultados, mesmo que, para isso, procurem apenas perpetuar as soluções mais óbvias, como baixar os custos de produção e o custo da mão-de-obra.

Uma estratégia de poderes afunilados limita e define qualquer tentativa de autonomia por parte de um trabalhador subalterno e, naturalmente, prejudica fortemente a inovação e a criatividade. Este ambiente laboral é também um fator determinante para a destruição da meritocracia, pois o reconhecimento da qualidade de cada trabalhador depende unicamente da integridade com que cada chefe de equipa encara a sua ação. Infelizmente, não são raros os casos em que um superior *assina uma boa ideia* de um seu subalterno, por exemplo. Isto deve-se ao desejo, apenas legítimo se for íntegro, de cada trabalhador mostrar o seu valor ao seu superior direto, e assim sucessivamente, até às cúpulas hierárquicas. Deve-se também ao receio de que um determinado subalterno ultrapasse determinado superior na linha do poder, pois mostra-se mais competente do que quem está acima.

Por todas estas razões, pouco nobres mas compreensíveis, o funcionamento real das empresas, principalmente as que têm um número de funcionários superior a algumas dezenas, tem fortes semelhanças com *o capitalismo selvagem*. A realidade das empresas está, lamentavelmente, muito longe do espírito cooperativo e livre que se associa à inovação e à partilha que deveriam pautar qualquer trabalho nas indústrias culturais e criativas, como facilmente se compreende.

Um trabalhador pensa muitas vezes antes de propor uma nova ideia porque sabe que terá pela frente, não o companheirismo dos colegas nem a abertura e o entusiasmo do seu superior, mas sim um espinhoso caminho de forças de bloqueio e invejas. Pode ser o paginador que encontra uma diferente, e melhor, solução para a paginação de um texto, mas que implica deitar por terra a grelha gráfica projetada pelo diretor de arte. Pode ser um editor que defende a ida a uma feira internacional com o intuito de vender e não de comprar títulos e autores, mas a sua ida implica ultrapassar um contrato de exclusividade com uma agência literária. Pode ser um profissional do marketing que propõe uma nova forma de comunicação para determinado livro ou autor, provavelmente mais adequada à especificidade de uma obra, mas isso implica uma abordagem comercial diferente por parte da equipa de vendas... No seio das *empresas reais*, inovação e criatividade têm sempre de competir com linhas de gestão que privilegiam, maioritariamente, formas de funcionamento padronizadas por se considerar que estas formas de funcionamento diminuem os custos e promovem, portanto, a rentabilidade.

Para alcançar os níveis de inovação e criatividade, importantes em toda a indústria mas fundamentais nas indústrias culturais e criativas, é forçoso, em primeiro lugar, instaurar um organigrama que promova a segurança laboral de todas as fatias da pirâmide do poder. Só desta forma se pode realmente estimular a partilha de informação no seio de uma equipa e entre equipas. Sem esse novo organigrama é escusado pensar que as equipas e os seus respetivos departamentos colocarão os interesses de um determinado projeto cultural à frente dos seus próprios. Sem uma diferente filosofia empresarial não será possível abandonar vícios comportamentais como *se está bem, fui eu; se está mal, foi o colega do lado*. Como em qualquer outro campo da vida social, a virtude individual não pode ser exposta a níveis de stress demasiado elevados. A sociedade pode e deve apelar ao melhor de cada um dos seus elementos, mas a História demonstra com frequência que o pior de cada um vem muito facilmente à superfície se uma sociedade premiar, intencionalmente ou não, a subserviência e a falta de solidariedade entre pares.

O sucesso ou o fracasso de um projeto empresarial das indústrias culturais e criativas é sempre coletivo, mas se a política de uma empresa insistir no reconhecimento individual, os seus colaboradores criativos não sentirão nem a segurança nem a liberdade necessárias para trabalharem em prol do sucesso da equipa e, por conseguinte, em prol do sucesso dos produtos a seu cargo. É preciso não esquecer que esta nova

classe de intelectuais é uma classe assalariada, subalterna e que funciona numa teia complexa de relações de poder.

Os trabalhadores das indústrias culturais e criativas, muito embora com altos níveis de formação, são uma classe particularmente frágil. No meio empresarial privado, é frequente existirem grandes disparidades nos salários e nas regalias de trabalhadores com funções idênticas, por exemplo, e muito raramente os trabalhadores dispõem de instrumentos de proteção básicos, como sindicatos, contratos coletivos ou progressão nas carreiras.

A pseudomeritocracia instaurada nas empresas leva a que cada trabalhador tenha de, compreensivelmente, lutar, em primeiro lugar, pelos seus meios de subsistência, mesmo que isso signifique prejudicar todo um projeto, um produto e até mesmo a própria empresa. Ironicamente, um sistema como a meritocracia, que, em teoria, levaria cada funcionário a trabalhar melhor porque a qualidade seria objetivamente reconhecida, significa, na prática, que esses trabalhadores lutam diariamente pela mera sobrevivência, sabendo que essa sobrevivência não depende diretamente da qualidade do seu trabalho mas, indiretamente, do seu posicionamento, mais ou menos seguro, numa teia de poderes, nociva e corrosiva.

O atual contexto laboral está longe do que defendeu, em 1930, John Maynard Keynes, «technology would have advanced sufficiently by century's end that countries like Great Britain or the United States would achieve a 15-hour work week» (Keynes *apud* Graeber. 2013). As grandes conquistas tecnológicas das últimas décadas não têm servido para trabalharmos menos. A culpa não é das tecnologias em si, naturalmente, mas são elas que permitem estarmos contactáveis a qualquer momento, sempre preparados para responder a qualquer tipo de necessidade. Se, por um lado, isso é positivo e muito útil, é também, por outro, uma forma de nos fazer trabalhar mais horas e a qualquer hora.

No caso das indústrias culturais e criativas, é natural que os horários de trabalho tenham de se adequar às necessidades intrínsecas de cada área. Um museu tem de estar aberto aos fins de semana, um festival de música tem de ter todos os serviços operacionais enquanto decorre, ou os editores têm de estar sempre disponíveis para os seus autores. O problema é que, a par destas necessidades específicas, as empresas, na sua maioria, continuam muito presas a modos de funcionamento tradicionais que implicam, por exemplo, que o valor de um funcionário se meça também pelo número de horas que permanece no escritório.

Por outro lado, se as tecnologias fazem inúmeras tarefas e é, por isso, possível prescindir de muita mão-de-obra humana, podemos chegar à conclusão de que é preciso um menor número de trabalhadores. No entanto, se isso é verdade e até positivo, pois permite libertar a força de trabalho de um sem-número de tarefas repetitivas e mecânicas, o certo é que o mercado de trabalho encontrou forma de manter um número muito elevado de trabalhadores. Segundo David Graeber (2013), essa forma é a criação dos *bullshit jobs*, ou seja, postos de trabalho que são, na sua essência, inúteis. Quantidades enormes de trabalhadores passam toda a sua vida profissional a executar tarefas que só não são totalmente dispensáveis porque a estrutura das empresas em que trabalham as incluem na cadeia obrigatória de funcionamento. Muitas destas tarefas são meramente burocráticas e servem apenas para aumentar os níveis de controlo hierárquico. Temos, assim, empresas em pirâmide, nas quais todas as faixas subalternas têm de reportar quase tudo o que fazem às faixas hierarquicamente superiores e assim sucessivamente até às respetivas cúpulas.

Assim, em vez da «massive reduction of working hours to free the world's population to pursue their own projects, pleasures, visions, and ideas» (Graeber. 2013), este fenómeno instala-se em todas as indústrias do setor terciário, no qual se inserem as indústrias culturais e criativas. Como as funções executivas são, na sua maioria, subcontratadas fora das empresas, estes *bullshit jobs* são meros serviços administrativos, cuja função parece ser a de se administrarem (fiscalizarem) uns aos outros.

Esta realidade é particularmente surpreendente num contexto capitalista, uma vez que a última coisa que uma empresa com fins lucrativos pretende é ter despesas muito consideráveis com trabalhadores de que não precisa. Portanto, a justificação não é económica, ela é, como afirma David Graeber, moral e política: «The ruling class has figured out that a happy and productive population with free time on their hands is a mortal danger» (Graeber. 2013). Este «perigo mortal» remete, no nosso entender, para a ancestral disputa entre *ócio* e *negócio*, herdeira do confronto social instaurado pelo surgimento da burguesia, na qual o ócio é socialmente visto como inútil e parasita.

1.3 As indústrias culturais e criativas, a educação e a sustentabilidade

Uma sociedade dependente do conhecimento é uma sociedade que valoriza a criatividade inerente ao conteúdo à expressão dos bens de consumo. O sucesso deste tipo de sociedade está, portanto, intimamente ligado ao progresso tecnológico mas também à esteticização dos seus produtos. Hoje em dia, as preferências dos consumidores do mundo ocidental desenvolvido mudam constantemente, mas mantém-se a tendência de que um dos objetivos desses consumidores seja a satisfação intelectual ou emocional, mesmo no que respeita a produtos usados em contexto quotidiano.

Naturalmente que uma sociedade como esta destina um grande espaço à cultura e ao entretenimento e, em sentido lato, aos estilos de vida, e nas últimas décadas houve grandes mudanças a estes níveis. Esta realidade cria grandes desafios para as indústrias de serviços, no geral, e para as indústrias culturais e criativas, em particular, e a economia criativa segue estas mudanças. Aquilo a que podemos chamar *consumo simbólico* é agora uma área fundamental nos hábitos de consumo, com a ascensão e queda repentinas de modas no consumo.

Também o mercado de trabalho procura responder a estas novas e quase sempre efémeras exigências dos consumidores e, por este motivo, a economia criativa assenta num capital de ideias apoiado nas tecnologias de informação e comunicação. Estas são cruciais, tanto na criação dos produtos, como na sua produção, promoção e comercialização. As tecnologias de informação e comunicação obrigam a um novo tipo de comportamento empresarial, mais dependente de um modelo organizacional muito flexível com o objetivo de potenciar a criatividade dos fornecedores, colaboradores e até dos consumidores.

Entre as tecnologias de informação e comunicação, as mais importantes são as tecnologias digitais e o uso criativo que se faz dessas tecnologias, tanto do lado da produção como do lado do consumo, pelo que os quadros das indústrias têm de possuir o talento criativo necessário para criar produtos comercializáveis compatíveis. Numa sociedade em que as indústrias criativas representam uma parte cada vez mais significativa da economia, os quadros altamente qualificados tornam-se o potencial estratégico das indústrias culturais e criativas. Um alto grau de criatividade, capacidades de aprendizagem permanente e fácil adaptação a novos meios tecnológicos torna-se

essencial a estes quadros, pois deles dependem as ideias e as soluções de qualidade para criar ou seguir as tendências que alimentam a indústria.

As novas classes laborais das indústrias culturais e criativas são, portanto, técnicos, cientistas, artistas ou, idealmente, uma mistura de todos em diferentes percentagens, consoante as necessidades do momento. Só assim é possível manter e desenvolver um tecido empresarial caracterizado por um forte dinamismo económico, social e cultural. São pessoas cuja função económica e cultural é a gestação permanente de novas ideias para a criação e desenvolvimento de novos produtos. Todos estes produtos se caracterizam por dependerem de conteúdos criativos, sejam eles um novo tecido ou um novo tipo de papel, ou a camisola e o livro fabricados com um e com o outro.

Este novo ambiente empresarial tem inerente um problema na avaliação económica, tanto dos produtos como dos profissionais que os criam, produzem, promovem e comercializam. Por um lado, porque os modelos de negócio inclinam-se para valorizar produtos e profissionais que são mais inovadores, pois um mercado marcadamente caracterizado pela criação de tendências precisa de um fluxo constante de novos produtos. Por outro lado, o alto grau de imprevisibilidade na receção desses produtos aumenta exponencialmente o risco de negócio, e por isso a tendência de grande parte das empresas – indústrias culturais e criativas incluídas – é para apostar em produtos orientados para as tendências do mercado do momento. Este formato, embora compreensível, acaba por se mostrar deveras pernicioso, pois privilegia-se a inovação em pequena escala em vez de uma inovação total. Com *inovação em pequena escala*, pretendemos identificar as opções empresariais que procuram novos títulos de um género literário na moda, por exemplo, em vez de apostar em novos géneros protagonizados por autores desconhecidos. Estas opções representam um grave problema para as artes e para os investimentos culturais a médio e a longo prazos, pois o que é disponibilizado no mercado não são, de facto, novas artes ou novas obras mas artes e obras com níveis comedidos de inovação e criatividade. Assim, as empresas minimizam o investimento e os custos de produção, procurando apenas aproveitar marés de consumo em vez de criarem novas correntes estéticas e novos estilos de vida.

Convém realçar que não há uma única definição para economia criativa, pois é um conceito ainda subjetivo e em desenvolvimento. Sabemos que economia criativa é um conceito emergente baseado na ideia de capital criativo, mas a criatividade na economia não é uma ideia absolutamente nova, pois o consumo sempre dependeu de

novos produtos que respondem a velhas necessidades ou criam novas. O que é novo na economia criativa é a relação entre os diferentes agentes e a forma como todos estão obrigados a criar valor diferencial que se reflita em riqueza. Se este valor diferencial é facilmente contabilizado nos produtos, através do volume de vendas, o mesmo não acontece quanto à diferenciação das capacidades artísticas dos criadores ou das competências criativas dos diferentes elementos da cadeia de produção. Aqui, o valor de cada um resulta de uma amálgama qualitativa de propriedades, tais como a originalidade e a experiência, sendo muito difícil quantificar o valor da contribuição de cada elemento em cada fase da vida do produto.

O valor do criador e respetiva obra é observável pelos seus pares, o mediador ou o crítico, que procuram determinar, não o valor de mercado mas o reconhecimento futuro que premiará diretamente o artista e a sua obra, e indiretamente o mediador ou o crítico, elevando assim o valor de mercado de todos estes intervenientes. Para compreendermos um pouco melhor este processo, que não é simples e continuará a ser contemplado em diferentes momentos do presente estudo, começamos por definir que o *meio cultural* se apresenta em «concentric circles, surrounded by “cultural periphery” and “creative industries”» (Peters e Araya. 2010: xiii). Isto significa que os bens culturais, mesmo os que acabaram por se revelar grandes sucessos comerciais, se apresentam ao mercado nas franjas periféricas que orbitam o núcleo duro e o centro das indústrias culturais e criativas. Portanto, o circuito normal destes produtos e dos seus criadores – e restante cadeia de produção, promoção e comercialização – é começarem num círculo distante da cultura de massas e passarem pelos diferentes círculos até ao núcleo duro do meio cultural que corresponde, grosso modo, ao cânone.

Neste processo, não é indiferente o papel dos círculos académicos e das políticas públicas e empresariais. Do lado das políticas, é notório o crescente interesse nas indústrias culturais e criativas por parte de decisores públicos, tanto ao nível central como regional, e empresários, tanto de pequenas e médias empresas como de grandes grupos multinacionais. Este interesse tem sido evidente ao nível internacional, nacional e local, em uma enorme variedade de estudos, iniciativas e parcerias que usam o termo indústrias culturais ou indústrias criativas. Do lado académico, ganham notoriedade os numerosos artigos e livros sobre as indústrias culturais e criativas através de um amplo leque de disciplinas, desde a geografia económica e cultural até à gestão da arte, passando por estudos que contemplam a formação de públicos, o papel da comunicação social ou a sociologia da arte.

This explosion of writing and thinking about the cultural and creative industries is of course partly influenced by policy developments, but it goes beyond policy too. For the cultural industries raise questions about shifting boundaries between culture and economics, and between art and commerce [...] (Hesmondhalgh e Pratt. 2004: 2)

As indústrias culturais vêm alterar a tradicional relação da arte com o *mainstream económico*, e afastá-la da sua *importância periférica*, como acontecia até há pouco. Recentemente, alguns economistas e sociólogos passaram a ver as indústrias culturais e criativas «as either already or potentially central to contemporary economic life» (Hesmondhalgh e Pratt. 2004: 11).

Esta nova abordagem tem uma profunda relação com o papel da educação, tanto na formação de públicos e futuros consumidores de produtos oriundos das indústrias culturais e criativas como na formação de profissionais capazes de integrar as novas classes laborais que correspondam às novas exigências destas indústrias.

Nas escolas, o papel das artes na formação das atitudes e comportamentos sociais das crianças é bastante reconhecido. [...]. Por um lado, a educação e as instituições [...] são responsáveis por formar indivíduos [...] para se juntarem à mão-de-obra criativa. Por outro lado, as indústrias criativas oferecem os insumos artísticos e culturais necessários ao sistema educacional para facilitar a educação dos alunos na sociedade em que vivem e, no longo prazo, para construir uma população mais culturalmente consciente. (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*. 2012: 54)

As indústrias culturais e criativas existem em sociedades com bons níveis de alfabetização e literacia, com uma população que é, como se afirma na citação anterior, «culturalmente consciente» e estes dois aspetos contribuem decisivamente para boas performances socioeconómicas. Portanto, as indústrias culturais e criativas contribuem em muito para o desenvolvimento das sociedades em que existem. Além disso, este desenvolvimento tem bons níveis de sustentabilidade, sendo que o conceito de *sustentabilidade* é agora muito mais abrangente e deixou de ser aplicado em exclusivo ao meio ambiente. O capital cultural, material e imaterial de uma comunidade é algo

que deve ser preservado para futuras gerações, da mesma forma que os recursos naturais e ecossistemas, e precisa também de ser protegido para garantir a sobrevivência e evolução da humanidade. O *desenvolvimento cultural sustentável* implica, segundo o *Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010* (2012: 56):

- equidade intergeracional: o desenvolvimento deve ter uma visão de longo prazo e não comprometer as capacidades das gerações futuras de acessar recursos culturais e atender às suas necessidades culturais; [...]
- equidade intrageracional: o desenvolvimento deve oferecer equidade no acesso à produção, participação e aproveitamento culturais a todos os membros da comunidade, de forma justa e não discriminatória; [...]
- importância da diversidade: da mesma forma como o desenvolvimento sustentável exige a proteção da biodiversidade [...]
- precaução: ao tomarmos decisões que apresentem consequências irreversíveis, tais como a destruição de património ou a extinção de práticas culturais valiosas [...]
- interconectividade: os sistemas económico, social, cultural e ambiental não devem ser vistos de forma isolada; em vez disso, uma abordagem holística se faz necessária [...]

Do ponto de vista da sustentabilidade, a criatividade é um recurso inato e abundante por todo o mundo e, como matéria-prima, é menos dependente de infraestruturas industriais e potencialmente menos poluente. Por isso, a criatividade pode ser facilmente compatível com os valores de uma sociedade ou com os seus objetivos, promovendo o desenvolvimento e elevando os níveis socioeconómicos com menores impactes no meio ambiente.

As indústrias culturais e criativas podem ser a imagem de marca para um *comércio ético a preços justos*, mas para que possam ser sustentáveis e integráveis em *contextos económicos normais*, todos os seus promotores, a começar pelos empresários, devem focar-se na inovação, ou, melhor ainda no que é *novo*, e não procurar nas indústrias culturais e criativas (apenas) soluções de baixo custo e altos rendimentos.

Este tipo de justiça poderá não ser compatível com um capitalismo neoliberal, mas apresenta-se cada vez mais como uma tendência que poderá ultrapassar a mera moda e poderá integrar uma revolução absolutamente inadiável. Se mais não for porque

os custos das indústrias tradicionais começam a ser demasiado incompatíveis com fatores de sustentabilidade exigidos pela própria sobrevivência do planeta e, por conseguinte, da humanidade.

Segundo nos foi possível apurar, apenas as cobras crescem até morrer; todos os outros seres vivos, evoluem. Portanto, podemos partir do princípio de que a evolução é preferível ao crescimento por si só. Claro que se poderá contra-argumentar que estes animais são uma das espécies com maior longevidade e que estão particularmente bem-adaptados ao seu meio ambiente e que existem há muito mais tempo do que o Homem. Mas não será menos verdade afirmar que a supremacia da espécie humana se deve a uma evolução máxima. Evolução, essa, convirá realçar, que se caracteriza, por sua vez, por uma óbvia escolha da inteligência em detrimento das características físicas – o Homem não é o mais rápido, nem o mais equipado, morfológicamente falando, quer para o ataque quer para a defesa. Todavia, isso não impediu o ser humano de ser a espécie mais bem-sucedida e de continuar a estar muito bem colocada para manter o seu papel cimeiro na cadeia alimentar.

Continuando com esta metáfora, podemos ainda acrescentar que o sucesso da humanidade não está isento de erros e que a civilização continua a ter o equivalente a apêndices culturais, agora desnecessários, mas que estão ainda enraizados no nosso ADN social. Um desses apêndices é o *lucro*. Oriundo da revolução agrícola e da sedentarização, quando era necessário estipular fronteiras e amearhar cereais, o lucro é atualmente mais um defeito do que uma qualidade. Não que o lucro seja um problema em si mesmo, mas deixou de estar sob controlo de entidades mais ou menos representativas das sociedades e escapa por isso a qualquer tipo de regulamentação.

O crescimento económico não consegue (ou não quer) afastar-se do carácter nocivo do lucro, e é por esse motivo alvo de contestação cada vez mais generalizada e fundamentada. É neste quadro que surge o *decrescimento*. O decrescimento assinala o momento civilizacional que abandona «o objetivo do crescimento ilimitado» (Latouche. 2012: 18) e defende que a uma sociedade em decrescimento será uma «sociedade em que se viverá melhor, trabalhando e consumindo menos» (Latouche. 2012: 20).

Claro que uma mudança destas não acontecerá sem oponentes nem se afirmará de um momento para o outro, mas começa a ser cada vez mais defendido e defensável que é preciso romper com os vícios de uma sociedade de consumo: «a publicidade, que cria o desejo de consumir, o crédito, que lhe fornece os meios, e a obsolescência

acelerada e programada dos produtos, que renova a sua necessidade» (Latouche. 2012: 30).

Um dos objetivos do decrescimento é aumentar a qualidade de vida e para aumentar a qualidade de vida é necessário trabalhar menos. Trabalhar menos significa ter mais tempo livre e o tempo livre é uma condição necessária à «descolonização do imaginário» (Latouche. 2012: 122). É aqui que entra a cultura, o conhecimento, maiores níveis de escolaridade e as indústrias culturais e criativas, pois o papel da arte e do artista é «insubstituível para construir uma sociedade serena de decrescimento» (Latouche. 2012: 143). Para perseguir esta sociedade de decrescimento é preciso inverter a cadeia de valor e de valorização de estilos de vida, pessoas e produtos. É preciso desvalorizar a riqueza material e valorizar a ética e a felicidade. É preciso recuperar o conceito de *aldeia global*, não porque o planeta seja um *berlinde azul* e todos sejamos vizinhos uns dos outros, mas porque a escala para avaliar o sucesso de pessoas e sociedades tem de decrescer e de ser parte integrante de um movimento de verdadeira democratização do conhecimento e da riqueza. O mundo não precisa de globalização, precisa de glocalização.

1.4. O global e glocal

O processo de globalização acabou por chamar a atenção para o valor da diversidade cultural e as indústrias culturais e criativas têm sido fundamentais na sua promoção. A diversidade cultural está estreitamente relacionada com a dimensão imaterial do conhecimento e essa riqueza é gerada por pessoas criativas com competências e ideias. Por si só, «creativity constitutes a response to some of the economic challenges raised by globalisation, it requires initiative and organisation at a local level “glocality”: helps retain talent (and corresponding jobs) locally» (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 38).

Assim se compreende porque a globalização tem de dar lugar à glocalização, que não é um regresso à economia local mas sim a possibilidade de o local estar ligado ao global. É aqui que entram as novas tecnologias de informação e comunicação e as indústrias culturais e criativas. A Internet, por exemplo, não é um fim em si mesma, nem deve ser vista como a forma mais rápida e barata de uniformizar gostos e estilos de

vida a nível mundial, formatando os consumidores aos produtos e não os produtos aos consumidores. Portanto, a Internet e restantes tecnologias de informação e comunicação devem ser vistas pelos decisores políticos como um instrumento que permita que cidadãos de todo o mundo beneficiem de uma vasta gama de novos serviços, e muitos bens culturais estão particularmente bem desenhados para pertencerem a estes novos serviços. O número de aplicações e serviços oferecidos pela Internet é potencialmente infinito e permite uma atualização contínua de conexões que, por sua vez, permitem aceder a um número crescente de obras, correntes e manifestações culturais.

A cultura não traz automaticamente benefícios económicos e sociais a um dado território ou população. Para que isso ocorra é necessário cumprir certos critérios e, entre eles, talvez os mais importantes sejam: a existência de atividades culturais, o grau de participação das pessoas locais, a capacidade de produção de bens e serviços a nível local, a independência e a interdependência das atividades culturais como forma de promoção e autopromoção. As indústrias culturais e criativas têm conseguido algum reconhecimento nos círculos políticos, mas as políticas culturais reais são ainda incipientes e só aos poucos compreendem o desenvolvimento cultural local para além do óbvio turismo e de atividades a ele diretamente ligadas, como o património arquitetónico e natural. É necessário alargar horizontes e estimular «a more entrepreneurial approach to the arts and culture, encouraging innovation and creativity [...] and stimulating cultural diversity and democracy» (Hesmondhalgh e Pratt. 2004: 6).

O mesmo é dizer que, no atual momento civilizacional global, temos de contrariar a globalização de gostos e costumes e responder com inúmeros focos com posicionamentos culturais e artísticos cada vez mais particularizados. Esta nossa época, no dizer de Felix Guattari (e no nosso), tem como melhor o «promover a invenção de novos Universos de referência; o pior é a mass-midialização embrutecedora» (Guattari. 1992: 15-16).

A *Agenda 21 da Cultura* (2006) é o primeiro documento, a nível mundial, aprovado por cidades e governos locais de todo o mundo no IV Fórum de Autoridades Locais pela Inclusão Social de Porto Alegre (2004) e defende princípios como a diversidade cultural e a preocupação ecológica. O primeiro princípio reflete a evidência de que a diversidade cultural no mundo se encontra em perigo devido a uma mundialização que promove a massificação e a exclusão. O segundo princípio retoma o papel destruidor do meio ambiente do atual modelo de crescimento económico.

Neste Fórum, os governos locais reconhecem que «os direitos culturais fazem parte indissociável dos direitos humanos» (*Agenda 21 da Cultura*. 2006: 4). Os governos participantes defendem ainda que os «princípios de um bom governo incluem a transparência informativa e a participação cidadã na concepção das políticas culturais, nos processos de tomada de decisões e na avaliação de programas e projectos.» (*Agenda 21 da Cultura*. 2006: 4), que as «políticas culturais devem encontrar um ponto de equilíbrio entre interesse público e privado, vocação pública e institucionalização da cultura» (*Agenda 21 da Cultura*. 2006: 5) e que o «acesso ao universo cultural e simbólico em todos os momentos da vida, desde a infância à velhice, constitui um elemento fundamental de formação da sensibilidade, da expressividade, da convivência e da construção de cidadania» (*Agenda 21 da Cultura*. 2006: 5).

A *Agenda 21* assume um grande número de compromissos, de entre os quais destacamos os seguintes: estabelecer políticas que fomentem a diversidade cultural, garantir ampla oferta cultural, promover o acesso a produtos culturais, incentivar a criatividade dos cidadãos, garantir financiamento público para a cultura, implementar formas de *avaliação do impacte cultural* (ou seja, verificar as alterações significativas na vida cultural dos cidadãos), dar atenção ao fator estético dos espaços e equipamentos públicos, descentralizar as políticas e os recursos culturais (contemplando também as periferias), promover a literacia digital, garantir a liberdade de expressão, promover a participação dos criadores artísticos nas comunidades em que estão inseridos, identificar problemas e conflitos sociais, melhorar a qualidade de vida, ampliar a capacidade criativa e crítica dos cidadãos, coordenar as políticas culturais e as políticas educativas, fomentar a cultura científica e tecnológica, dar atenção a questões éticas, sociais e económicas de interesse público.

Esta visão de mundo é herdeira do multiculturalismo. Para Homi Bhabha, «as fronteiras entre casa e mundo se confundem e, estranhamente, o privado e o público tornam-se parte um do outro, forçando sobre nós uma visão que é tão dividida quanto desnorteadora» (Bhabha. 2008: 30). É esta relação entre o Eu e o Outro, entre o local e o global que enriquecem ambos os termos da equação. É também ela que contribui para o carácter inclusivo do diálogo entre culturas, assim como esta inclusão contribui para o conhecimento do Outro e o conhecimento do Eu, que só é cabal quando se relativiza em confronto com o conhecimento que se tem do Outro e até mesmo quando se conhece o conhecimento que o Outro tem de si próprio. Na verdade, será por isso que o

conhecimento, no geral, é o maior fator de resolução de conflitos e de harmonia entre os povos.

O universal não pode excluir o local e o local não pode excluir o universal, porque ambos coexistem simultaneamente num mesmo tempo e espaço. Os *locais* da cultura são sempre heterogêneos e híbridos, mesmo que as relações sociais e económicas impostas na pós-modernidade tenham como consequência a homogeneização cultural. A *hibridização cultural* promove outros dois processos: a desterritorialização e reterritorialização e, segundo Néstor Canclini, esses processos correspondem, respetivamente, à «perda da relação "natural" da cultura com os territórios geográficos e sociais e, ao mesmo tempo, certas realocações territoriais relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas» (Canclini. 2008: 309). Portanto, as indústrias culturais, sejam elas locais, glocais ou globais, e as migrações de classes criativas e de criadores artísticos não desvanecem, por si só «perguntas pela identidade e pelo nacional, pela defesa da soberania, pela desigual apropriação do saber e da arte» (Canclini. 2008: 326).

Investir no conhecimento e na cultura é a forma salutar de prevenir e solucionar conflitos intra e interpovos e, certamente, é uma das mais baratas, quando se contabiliza o investimento *versus* os ganhos, materiais e imateriais. Sabemos, no entanto, que a economia é um dos campos mais conservadores da atividade humana e, portanto, não é fácil substituir o consumo de combustíveis fósseis por energias renováveis, assim como não será fácil substituir o negócio das armas por festivais musicais ou o narcotráfico por serviços médicos. Todavia, refutamos antecipadamente o argumento de que a defesa da ética, da justiça e da solidariedade são reflexo de *ingenuidade histórica e social*. Não fossem as chamadas ingenuidades históricas e sociais e dificilmente teríamos saído das cavernas, porque sempre houve bons e provados argumentos para não evoluir, muito embora o progresso não se compadeça com o conservadorismo; felizmente que não são só os conservadores a comandar os destinos do mundo e do Homem.

No novo paradigma da glocalidade, todos somos compostos não de uma única, mas de várias identidades. A diversidade cultural é o processo adequado à construção de sistemas de identificação cultural e as diferenças culturais são um processo de significação, uma forma de autorreconhecimento de conteúdos e costumes culturais prévios, agora compatíveis com o intercâmbio cultural. Muito embora haja uma inegável permeabilidade entre o tradicional, local e/ou regional, e o internacional e/ou universal, não desaparece a necessidade de identificação com ambientes próximos e

ancestrais que designam uma forma exclusiva de apropriação do mundo a partir do que é único numa dada cultura. Portanto, o glocal permite a *saudável convivência* entre a globalização – uma rede planetária de processos industriais, tecnológicos e culturais, constituída por um leque de bens simbólicos, muitas vezes homogeneizador de hábitos de consumo – e a localização cultural – um regresso às tradições locais, num processo de busca por traços culturais capazes de marcar a diferença entre povos e identidades coletivas. Aliás, mais do que uma saudável convivência, é a globalização que está na origem de muitos regressos a saberes locais e ancestrais e o resultado desta negociação, do diálogo entre estes dois movimentos (o de globalização e o de localização) reflete-se nas novas identidades híbridas. Estas novas identidades, por serem resultado do universal e do local são, por isso, facilmente compreendidas por um largo espectro de destinatários, também eles híbridos, também eles locais e globais, glociais e progressistas.

É no campo do progresso que as políticas públicas são insubstituíveis e, portanto, é fácil aceitar que o papel do Estado é fundamental no impulso da glocalização da cultura e do conhecimento. Conforme afirma Idalina Conde, «à revelia da onda neoliberal com pressupostos sobre as virtudes da empresarialização e de "menos Estado", a viabilidade da economia da cultura depende crucialmente das políticas e orçamentos públicos» (Conde. 2014: 54).

1.5. O setor do livro

A indústria do livro é um subsector que desempenha um papel importante na economia cultural, a nível internacional. Disso são exemplo grandes grupos como o alemão Bertelsmann, que detém outro gigante, a Penguin Random House.

Em mercados editoriais muito competitivos e, portanto, muito industrializados, como o norte-americano, por exemplo, os contratos de direitos de autor alcançam valores superiores a um milhão de dólares e o número e as funções dos agentes envolvidos na cadeia do livro aumentam exponencialmente. Os agentes literários são disso exemplo e comportam-se como os empresários dos principais jogadores de futebol, negociando os tais contratos milionários e gerando receitas igualmente astronómicas para si próprios e para todos os restantes elementos da cadeia editorial,

pois este tipo de negócio implica toda uma rede de direitos e deveres à escala industrial. Os editores são absolutamente irredutíveis no cumprimento de prazos para entrega dos originais, os autores têm de fazer verdadeiras turnés, os livreiros competem entre si para terem a presença dos autores, a promoção envolve somas avultadas, levando à competição entre agências de publicidade e órgãos de comunicação social, etc. Nestes casos, as diferenças entre o subsector do livro e outros subsectores das indústrias culturais e criativas, ou mesmo entre as indústrias culturais e criativas e restantes setores económicos, são apenas circunstanciais e não refletem propriamente as características únicas deste ramo económico. No entanto, o setor do livro é ainda rico em diversidade, pois subsiste um grande número de pequenas editoras independentes, mais ou menos especializadas, que trabalham para nichos de mercado que não têm dimensão suficiente para atrair grandes e muito grandes grupos editoriais.

A indústria editorial é, assim, composta por vários e diversificados setores de atividade. No entanto, seja no terreno dos grandes grupos empresariais seja no terreno das pequenas editoras, há três subsectores principais: livros generalistas, publicações escolares e académicas e imprensa periódica.

Segundo o relatório intitulado *The Book Sector in Europe: Facts and Figures*, da responsabilidade da Federação Europeia de Editores (2017), o número de empregos no setor do livro *era*, em 2014, na Europa, 150 000. Este mesmo estudo, sem espanto, constata que os países do norte da Europa apresentam o maior número de leitores, sendo a Islândia o país que apresenta a maior percentagem – 93% (dados de 2011). Pelo contrário, para o mesmo ano, a percentagem portuguesa é de 40,5%.

O setor do livro em papel constitui ainda um subgrupo importante das indústrias culturais e criativas, não obstante enfrentem novos desafios, devido à tendência crescente das publicações eletrónicas. A distância entre o autor e o leitor, por exemplo, é uma oportunidade para os novos operadores digitais, pois promovem a proximidade entre um e outro e, muitas vezes, permitem até o contacto direto.

No entanto, a publicação eletrónica e a impressa podem coexistir, pois ambas têm características únicas que não se substituem nem se anulam. Isto não invalida que, no que toca à imprensa periódica, na Europa, onde a cobertura de notícias é mais abrangente e onde a Internet tem preços acessíveis, a circulação de jornais impressos esteja em declínio. Tanto a publicação tradicional como a eletrónica são muito dinâmicas e responsáveis por muitos empregos, incluindo os de escritores mais famosos e os de editores e jornalistas mais influentes. A nível mundial, o subsector do livro é

também muito rentável devido ao grande potencial de exportações que «aumentaram de \$ 11 bilhões em 2002 para \$ 19 bilhões em 2008» (*Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010*, 2012: 184). Isto significa um número considerável de agentes-satélites, como feiras e festivais internacionais e agentes literários, pois são estes os intermediários privilegiados na venda de direitos de autor, muito embora esses pagamentos estejam a maior parte das vezes dependentes das vendas efetivas da obra nos mercados de destino, sob a forma de royalties.

É de realçar, no entanto, que existe uma colossal dificuldade no devido pagamento dos conteúdos a criadores e editoras, pois continuamos a conviver com o sobejamente conhecido problema da cópia pirata. Este facto representa um prejuízo muito considerável, pois, no subsector dos livros, assim como no da música, do cinema ou do design, a forma de proteger os dividendos dos autores e respectivas editoras, produtoras ou outras empresas similares, depende dos direitos de autor e da venda desses direitos.

Um dos argumentos que é frequentemente adotado para *legitimar* a cópia pirata é o preço dos livros, discos e filmes. Mesmo reconhecendo que o preço destes produtos possa ser elevado no confronto com os níveis de vida de muitas comunidades, tudo depende do valor social que essas mesmas comunidades atribuem a um ou outro tipo de produto. Enquanto os consumidores optarem por gastar 15€ num batom em vez de os gastarem num livro ou numa ida ao teatro estão diretamente a subjugar-se às imposições sociais que valorizam mais a aparência do que o conhecimento.

A cópia pirata é o exemplo acabado do círculo vicioso dos maus costumes da nossa época, no que respeita às indústrias culturais e criativas: aposta-se em certos produtos porque têm mais consumidores ou esses consumidores existem porque esses produtos estão disponíveis? A resposta a esta pergunta revela sempre um problema grave que pouca gente parece disposta a solucionar – decisores políticos incluídos – porque cada um dos lados se limita a atribuir a maior fatia da responsabilidade ao outro lado, sem que nenhum deles faça realmente um exame de consciência. Na nossa opinião, a maior responsabilidade não é difícil de atribuir, pois embora considerando que os consumidores devam ser responsáveis pelas suas escolhas, mais responsáveis são aqueles que teimam em nivelar a qualidade dos produtos disponibilizados pelos níveis mínimos. Isto porque, feitas as contas, os segundos têm uma responsabilidade social largamente superior aos primeiros, enquanto agentes ativos no tabuleiro das economias criativas e culturais.

Neste sentido, não surpreende que um dos tópicos principais do relatório anual da International Publishers Association⁷, de 2014, seja exatamente a proteção do copyright, em resposta à corrente dos que defendem que todas as obras deveriam ser de domínio público.

In September 2014, IPA made a submission to [...] Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (OHCHR), as part of a consultation on the impact of intellectual property regimes on the enjoyment of right to science and culture. The submission stressed that human rights and intellectual property rights are not only compatible, but also mutually supportive and interdependent. IPA plans to participate actively in the debate ahead on this issue, making the point that copyright is based on human rights and justice and that it promotes both access and prosperity. (*Annual Report*. 2014: 10)

Um dos principais argumentos para a defesa do acesso livre remete para a *Declaração Universal de Direitos Humanos* (UNESCO. 1948) e o artigo 19.º: «Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão [...] e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão». No entanto, é a mesma *Declaração* que fornece um dos principais argumentos para aqueles que defendem a proteção da propriedade intelectual, pois os pontos 1 e 2 do artigo 17.º são explícitos ao afirmar que «1. Toda a pessoa, individual ou colectiva, tem direito à propriedade. 2. Ninguém pode ser arbitrariamente privado da sua propriedade.»

Naturalmente, se o ponto 3 do artigo 23.º da mesma *Declaração* fosse comumente respeitado, «Quem trabalha tem direito a uma remuneração equitativa e satisfatória», teríamos os outros direitos respeitados e poderíamos equacionar a disponibilização de todos os conteúdos sem nenhum tipo de pagamento. Todavia, enquanto o mundo funcionar com base na propriedade privada, não é justo privar os autores da remuneração do seu trabalho.

⁷ A International Publishers Association é uma federação internacional que representa todos os aspetos do livro e da imprensa. Fundada em 1986, a sua missão é promover e proteger a edição como uma força para o desenvolvimento económico, cultural e político. Em todo o mundo, esta associação luta ativamente contra a censura e promove o copyright, a alfabetização e a liberdade de expressão e de imprensa. (*Annual Report*. 2014, p. 2). Portugal está representado nesta federação pela Associação Portuguesa dos Editores e Livreiros.

Além disso, a não proteção do copyright implica não só que os autores não recebem o devido pagamento pelo seu trabalho, mas também que os restantes profissionais que participam na produção, promoção e comercialização das obras vejam as suas condições de trabalho francamente prejudicadas. Facilmente se compreende que não são só os autores que têm o pagamento do seu trabalho dependente das receitas do copyright. É também destas receitas que sai o pagamento de editores e livreiros. Portanto, quando se defende o livre acesso à informação, ao conhecimento e à arte (o que também nós defendemos), temos de encontrar formas alternativas de pagamento do trabalho de autores e mediadores. Caso contrário, pomos também em risco a quantidade e qualidade dos próprios conteúdos a que queremos aceder e dar acesso, pois tanto a qualidade como a quantidade dos conteúdos disponíveis estão dependentes do justo pagamento do trabalho de todos os envolvidos.

O caso do copyright leva-nos ainda a uma outra discussão igualmente importante no que respeita à edição e ao seu lugar nas indústrias culturais e criativas: os prós e contras da era digital quanto às possibilidades que apresenta na disponibilização de conteúdos sem intervenção dos mediadores tradicionais, como editores e livreiros.

Estas alterações dizem respeito, por um lado, às novas potencialidades materiais e técnicas de produção e distribuição dos e-books, e, por outro, a Internet veio agilizar e alargar exponencialmente tanto a forma como os autores podem disponibilizar as suas obras como as formas de receção por parte dos seus destinatários. Num e noutro caso, pode ser que a leitura imediata seja a de que a figura dos mediadores, principalmente dos editores, se torna dispensável. Voltaremos a este tema, mas, de momento, chamamos apenas a atenção para o facto de que são os editores, não obstante as justas críticas que o seu trabalho possa merecer, o garante de que alguém, que não apenas o autor, assume a *responsabilidade social* de tornar pública, ou não, determinada obra. É também o editor o garante do tratamento profissional da versão final dessa obra, da qualidade do objeto, suporte e veículo, que transporta o conteúdo dessa obra.

Quem diz editoras diz livreiros, para quem as novas tecnologias de informação e comunicação têm também levantado muitas questões mais ou menos estruturais. Isto porque, se as novas tecnologias de informação e comunicação permitem a publicação de qualquer obra sem intervenção de um editor, permitem igualmente a sua venda. Além da venda direta, surgiram novos e gigantescos livreiros que vieram alterar profundamente o acesso dos leitores aos livros e os modos de funcionamento dos livreiros tradicionais. Mais uma vez, realçamos que não somos contra estas inovações e

até as defendemos, mas é necessário fazer uma análise da forma como funcionam estes novos agentes, que adotam única ou privilegiadamente tecnologias de informação e comunicação, e a sua relação com os agentes tradicionais, no caso, as livrarias físicas. A International Publishers Association está também atenta a este novo contexto e defende que:

when parliaments and competition authorities are weighing up their policy options, publishing industry associations must help policy makers understand their choices as well as the long-term interests of society. To be clear, the move from physical bookselling to online bookselling is disruptive in the best sense of the word: new markets are created, new customers are reached, new technology is allowing the value chain to reinvent itself (*Annual Report*. 2014: 4).

As editoras e os livreiros devem estar atentos às estratégias empresariais dos grandes distribuidores e livreiros que se movem apenas em ambiente digital, como a Amazon, e à sua contribuição, muitas vezes negativa, para a forma como os livros chegam aos seus leitores. É natural que tanto as editoras e os livreiros como os autores e os leitores se preocupem com o tratamento dado aos livros por estes grandes intermediários, pois estes tendem a ignorar o valor cultural de certos produtos, tratando-os de forma indiferenciada. Portanto, é tarefa das editoras e dos livreiros fiscalizarem o funcionamento destes agentes e a forma como os leitores são positiva ou negativamente tratados.

A quantidade e a qualidade de informação disponível são essenciais para conhecer a realidade, para prever o futuro, para ter noção do que funciona bem e para encontrar soluções para o que está mal. Acompanhar e analisar a indústria do livro, que está a atravessar profundas mudanças estruturais, é o objetivo da Global Publishing Monitor⁸, cujo trabalho aqui mencionamos a partir do relatório da International Publishers Association que temos vindo a acompanhar.

A globalização e a digitalização está a provocar mudanças estruturais no meio editorial, mas a falta de parâmetros idênticos ou equivalentes, tais como o tipo de publicação, dificulta a análise dos dados recolhidos. Além disso, até mesmo as referências estatísticas mais básicas estão disponíveis para apenas um número muito

⁸ A Global Publishing Monitor tem por objetivo o mapeamento de mercados internacionais da edição de livros, a fim de acompanhar e analisar esta indústria.

limitado de países. De qualquer das formas, os poucos e pouco fiáveis dados disponíveis permitem ter uma noção aproximada do valor total do mercado do livro e dos preços de venda ao público (PVP), da receita das editoras e do número de novos títulos e reedições. Para contextualizar estes dados enquanto indicadores económicos, a Global Publishing Monitor também compara o número de títulos novos por milhão de habitantes de um país. Com base nos resultados obtidos, a International Publishers Association chegou a várias conclusões, num Relatório que importa ter em conta (*Annual Report*. 2014: pp. 18-20). Entre estas conclusões é-nos dito que em muitos países mais ricos, o negócio do livro tem mostrado um crescimento maioritariamente negativo nos últimos anos, enquanto a maioria das economias emergentes tem visto uma expansão do setor do livro, com novas populações da classe média a aderir ao livro e à leitura, tanto para fins educativos como de entretenimento, como é o caso do Brasil, China, Coreia, México e Turquia.

As vendas de e-books têm tido uma evolução positiva, embora ainda modesta. Na Europa, em 2016, representam entre 6 e 7% do total de livros vendidos (*The Book Sector in Europe*. 2017: 5), sendo de realçar, no entanto, que os números são muito variáveis de país para país. Entre os países com percentagens mais elevadas está o Reino Unido (17%), o que, em nossa opinião, reforça o potencial dos livros digitais enquanto facilitadores das exportações, não apenas para outros países falantes de Inglês mas também para outros territórios que utilizam o Inglês como segunda língua de leitura.

O número de títulos novos originais e a sua exportação é um dado distribuído de forma muito desigual entre os países, o que indica que apenas alguns estão em condições de exportar os seus livros, tirando assim partido das condições oferecidas pela globalização, pelo crescente peso económico das indústrias culturais e criativas e pelo uso generalizado das tecnologias de informação e comunicação. No entanto, em alguns países, a produção de novos títulos originais é a principal e assenta num consumo doméstico forte (por exemplo, a Eslovénia, a Noruega, ou a Geórgia), enquanto outros dependem em grande medida de importações.

O relatório da International Publishers Association defende ainda que a edição de livros é o cerne do dinâmico crescimento da *economia do conhecimento* global, mas está fortemente dependente da produção cultural e dos hábitos de consumo, ou da implementação de valores como a liberdade de expressão e a diversidade cultural, e da qualidade e facilidade do acesso à cultura, tanto por parte dos leitores como dos

escritores. As forças transformadoras da globalização e digitalização deixam claro que o futuro dos livros e da leitura é complexo e diversificado. Não há uniformização mundial no que respeita à produção e ao consumo de livros, mas parece ser óbvio que as competências e hábitos de leitura estão diretamente relacionados com a qualidade e a quantidade dos hábitos de aprendizagem.

Outra questão fundamental na indústria do livro tem a ver com o tempo de vida do livro enquanto produto comercializável, que é o tempo durante o qual é possível adquiri-lo. A tendência atual é que os livros sejam, também eles, *efémeros*, o que leva a que o tempo em que estão disponíveis nas livrarias seja cada vez mais curto. Também este aspeto é um fator de pressão sobre os editores, pois este curto tempo de vida dos livros é mais adequado a sucessos fáceis, a best-sellers que já deram provas no estrangeiro, por exemplo. Uma observação comum, que todos podemos fazer, conduz à inevitável conclusão de que, atualmente, o tempo de vida de todos os produtos culturais é muito reduzido. Basta pensar em quantas semanas um filme está nas salas de cinema, quantas exposições tem uma peça de teatro, ou no período em que um livro está nas livrarias. O curtíssimo tempo de vida da esmagadora maioria destes produtos, juntamente com a redução drástica do espaço destinado ao jornalismo cultural seja que tipo de imprensa for, provoca numerosas vezes uma caricata mas exemplificativa situação: mesmo quando há a sorte de haver críticas, entrevistas ou reportagens sobre esses produtos, quando saem na comunicação social, na maior parte das vezes, esses produtos já não se encontram disponíveis. Este aspeto influencia fortemente o sucesso comercial dos produtos e, no caso dos livros, é um forte fator de pressão sobre as editoras que, em busca de dividendos, apostam unicamente ou maioritariamente em best-sellers.

Mesmo assim, o sucesso comercial não é garantido e, mesmo que esse sucesso seja alcançado, convirá não esquecer que os custos inerentes à produção destas obras são muitíssimo dispendiosos. Apenas dois exemplos: os direitos de best-sellers internacionais são quase sempre leiloados e atingem não raras vezes milhares de euros, ou a obtenção do exclusivo de determinada marca internacional obriga a contratos claramente desequilibrados entre os direitos e deveres de quem compra e quem vende. Conforme afirma Françoise Benhamou:

Cette dialectique de l'innovation, aiguillon indispensable à l'entretien de la demande, et de la standardisation, seul moyen de comprimer le risque et les coûts de l'information, se reflète dans le caractère dichotomique des structures de l'offre, faites de la coexistence de petites unités et de groupes aux relations à la fois conflictuelles et complémentaires. (Benhamou. 2004: 69)

No caso dos livros, e a título de exemplo, importa referir o facto de os grandes grupos editoriais irem ao mercado de autores, comprando-os às editoras mais pequenas, que investiram na sua construção desde o início para os perderem no momento em que começam a dar lucro. Isto, do lado do conflito, pois, do lado da complementaridade, vemos que quanto mais crescem os grupos editoriais mais surgem projetos editoriais muito pequenos, muito circunscritos a uma dada comunidade.

O gosto pela literatura, por exemplo, não se restringe à ordem da carência ou do excesso material de quem os lê. Se, por um lado, a desigualdade social pode fundamentar as condições para a existência de leitores, das competências e das necessidades do público, por outro, não representam condições universais irreduzíveis à construção de ambientes promotores da leitura e da escrita e, conseqüentemente, da formação de leitores e autores.

1.6. Algumas notas sobre as indústrias culturais e criativas em Portugal

O estudo *O Sector Cultural e Criativo em Portugal* (Mateus: 2009) apresenta-se como o primeiro a quantificar a relevância económica nacional deste setor e nele inclui três subsetores: o *setor cultural*, que consiste num espaço de bens e serviços públicos e semipúblicos, que salvaguarda o direito democrático ao acesso à cultura; as *indústrias culturais*, que disponibilizam bens e serviços transacionáveis, pelo que os cidadãos se tornam consumidores segmentados em hábitos e poderes de compra; e o *setor criativo*, que consiste num espaço de afirmação para profissionais com competências e qualificações criativas diferenciadoras.

Este setor cultural e criativo é estruturado em três *setores-âncora*: *atividades nucleares*, que integram as artes performativas, visuais, a criação literária e o património; as *indústrias culturais*, ou seja, o cinema e o vídeo, a edição, a música, a

rádio, a televisão e produtos digitais educativos ou de lazer; e *atividades criativas*, como a arquitetura, o design, a publicidade e componentes criativos para outros ramos do setor.

Um estudo mais recente, *A Economia Criativa em Portugal* (2016), «permite mapear cerca de 66 mil unidades de atividade económica, que representam, em 2012 (último ano disponível) 1,7% do VAB e 1,9% do emprego da economia portuguesa» (Mateus. 2016: 20). Estes números representam, no entanto, um decréscimo, pois

O VAB e o emprego gerado pelo setor da cultura apresentaram uma diminuição no triénio 2010-2012 (-15% do VAB e -13% do emprego, quebras superiores ao padrão nacional e que refletem numa perda de peso do setor no total da economia, ao longo do triénio). Com exceção do Património cultural, o VAB de todos os domínios diminuiu no período, destacando-se, pela importância relativa em termos de estrutura, o domínio dos livros e publicações. (Mateus. 2016: 20)

Não obstante este cenário de decréscimo, o setor cultural e criativo mantém-se relevante na economia portuguesa

através de uma análise comparativa com o contributo de outros setores da economia nacional [...], como como a indústria têxtil, que representa 4,3% e 2,3% do emprego e VAB nacionais ou a indústria alimentar (2,3% e 2,3%). O facto de a relevância do SCC ser mais expressiva em termos de volume de VAB do que de emprego revela também um nível de produtividade superior à média nacional e indicia um maior nível de qualificação e educação do emprego gerado. (Mateus. 2016: 25).

Quando comparado com as restantes economias da Europa, podemos verificar que

Em 2014, último ano para o qual existe informação robusta para efeitos de comparação entre os 28 Estados-membros da UE, Portugal é o 15.º país no ranking de exportação de bens e serviços de cariz criativo, numa lista liderada por Alemanha, França, Reino Unido e Itália (estes países são responsáveis por 58% das exportações da UE, apresentando individualmente quotas que variam

entre 10% e 19%). Em Portugal, cerca de 54% do total de exportações das indústrias criativas diziam respeito a serviços, valor que se situa ligeiramente abaixo da média da UE. (Mateus. 2016: 45)

Perante esses dados, parece-nos claro que os decisores políticos devem dedicar uma atenção cada vez maior ao setor cultural e criativo, pois este setor representa um importante contributo para a competitividade nacional, principalmente quando aliado às tecnologias de informação e comunicação. Do lado do consumo, as tecnologias de informação e comunicação devem ser otimizadas como forma de aumentar a qualificação da procura por bens culturais, estimulando, por conseguinte, o mercado do setor. Do lado da produção, estas tecnologias são um fator determinante para racionalizar meios de produção e otimizar os recursos humanos e materiais.

Este contexto, no entanto, não deve colocar excessivamente a pressão nas capacidades de gestão dos artistas e outros agentes culturais. Se pensarmos que grande parte dos criadores funcionam individualmente ou com equipas muito pequenas e que a esmagadora maioria depende de apoios estatais que são manifestamente insuficientes, quer em quantidade quer em periodicidade, temos de concluir que os criadores, se quiserem subsistir do seu trabalho artístico, são forçosamente bons gestores e sabem seguramente ter em linha de conta a *racionalização de meios e de congregação de esforços*. No entanto, no contexto extremamente instável e exíguo em que sobrevivem, parece-nos excessivo pretender que sejam eles a assumir a responsabilidade de *pensarem na economia cultural subjacente às suas atividades*.

Discordamos ainda de A. Mateus quando afirma que o «fomento da atividade empresarial do sector cultural e criativo não deve focar-se apenas na oferta mas, antes, articular estreitamente os estímulos sobre a oferta e sobre a procura» (Mateus. 2016: 51). É que se pretendermos melhorar os níveis de formação de públicos, é imperativo *privilegiar a oferta*, pois esses níveis só são alcançáveis com um intenso trabalho, tanto público como privado, sobre a qualidade e a quantidade da oferta.

Este objetivo, contudo, não é expectável. Segundo os dados de Idalina Conde,

o período 1995-2010, a curva da percentagem do orçamento do Ministério no Orçamento de Estado apresentou a maior elevação em 2002 (cerca de 0.7%), descendo para 0.5% nos dois anos a seguir. Remontou a 0.6% em 2005 e desceu

a partir de então para 0.3% em 2009. Em 2010 subiu um pouco até 0.4%. (Conde. 2014: 53)

Estes valores estão demasiado distantes do modesto objetivo reivindicado de «atribuir um mínimo de 1% do orçamento nacional para a cultura» (*Agenda 21 da cultura*. 2006: 8).

1.6.1. A literatura no meio editorial em Portugal

O meio literário está cada vez mais adaptado ao sistema económico e social das indústrias culturais e criativas, muito embora, no caso português, seja do conhecimento comum que há apenas um número pequeno de escritores que podem subsistir unicamente da sua arte. Por esta razão, «é comum que os escritores desenvolvam carreiras profissionais paralelas, realizando as suas obras durante os tempos livres» (CITI). Convém, no entanto, clarificar que mesmo aqueles que conseguem sustentar-se enquanto tal, auferem os seus dividendos porque são também cronistas ou colunistas na imprensa periódica e porque participam em eventos mais ou menos literários, mais ou menos locais ou nacionais, como congressos, visitas a escolas ou festivais. Muito raros são os que sobrevivem apenas com os direitos de autor decorrentes da venda dos seus livros.

Este aspeto prova que os agentes, produtores e mediadores, os seja, os criativos, *criam* os caminhos que os verdadeiros criadores terão de percorrer até poderem ser alvo de interesse económico. A literatura e respetivo meio editorial dependem dos profissionais *responsáveis* pelas obras de arte. O meio editorial literário é na verdade o resultado de uma *rede de profissionais* (Becker. 1982: x) que conjugam os seus diferentes e complementares saberes.

Sendo nós também parte integrante destes criativos, somos forçados a dividir esta classe em duas: as que genuinamente procuram novos valores artísticos e com eles percorrem ombro a ombro os mesmos caminhos até ao valor económico; e os que se instalam na bancada, quais olheiros do futebol profissional, a ver o desempenho deste ou daquele criador, apenas se chegando a ele quando é já um valor económico seguro ou está apenas a um passo de o ser.

É urgente conhecer todo o sistema, quer nos situemos num ou noutro lado, e consideramos igualmente que é urgente que todo o tecido social de uma dada comunidade o faça. Seja qual for a intenção e a forma de abordar um complexo mundo como o da arte, e sem desprimor para qualquer uma das classes laborais que orbitam à volta dos criadores e obras, uma coisa é certa, temos de continuar a procurar compreender as implicações de *decidir*. Para isso, é necessário conhecer o melhor possível os números que rodeiam o meio editorial em que funcionamos, no caso, o português, e, dentro dele, os números referentes à literatura, mesmo que não nos proponhamos aqui questionar o que é considerado como tal.

Assim, e segundo o estudo *Estatísticas Culturais do Ministério da Cultura 2010*, os registos de títulos no âmbito do Depósito Legal, incluindo monografias e publicações periódicas, por ano e no período entre o ano 2000 e 2010, revelam uma «tendência de crescimento ao longo de toda a década (entre 14 066 em 2000 e 17213 em 2010), com um aumento médio de 300 títulos por ano» (Neves, Santos e Lima. 2012: 56). O ano com um maior número de títulos foi 2008, ano do início da crise financeira mundial, e, a partir desta data, houve um decréscimo, também na ordem dos 300 títulos, até ao final do período abrangido por este estudo (Neves, Santos e Lima. 2012: 56).

Quanto às obras originais em língua portuguesa *vs.* obras traduzidas, e em igual período «o número de títulos em língua portuguesa original é sempre substancialmente superior ao número de traduzidos em língua portuguesa, uma média de 4700 títulos de diferença» (Neves, Santos e Lima. 2012: 58). Isto, num universo de 9608 títulos em 2000, o que nos dá uma média de 4900 títulos em língua original portuguesa, e 11851 em 2009, o que nos dá um número aproximado de 7100 títulos em língua original portuguesa. No cômputo geral, tanto os títulos originalmente em língua portuguesa como os títulos traduzidos seguem as tendências de crescimento e decréscimo em idênticas proporções.

O estudo das audiências⁹ apresenta números muito menos equilibrados. A audiência *adulto geral* «detém sistematicamente os números mais elevados e com uma diferença marcada na ordem dos 6000 ou mesmo 7000 títulos» (Neves, Santos e Lima. 2012: 58) a que se segue a audiência *adulto sério*. Um dos números que consideramos mais importantes e de maior pertinência para a análise da formação de públicos leitores

⁹ Por «audiência», entende-se «público-alvo». Os escalões de audiência são: Juvenil (geral); Idades 0-5 anos (pré-primária); Idades 5-10 anos (primária); Idades 9-14 anos (infantil); Idades 14-20 anos (jovem adulto); Adulto (sério); Adulto (geral).

é o facto de os números serem muito aproximados entre as categorias adulto sério e jovem adulto e registamos a conclusão dos autores deste estudo:

o que nos leva a crer que será a partir dos 14 anos que o leitor "sério" se forma, dado que os números dão a entender que estes leitores se mantêm, ao contrário dos números respeitantes à categoria de "adulto (geral)", os quais, ao serem muito superiores, indiciam que há uma larga margem de leitores que é nesta idade que começam a ler (Neves, Santos e Lima. 2012: 58).

Partimos do princípio de que a categoria adulto sério e jovem adulto serão os públicos-alvo preferenciais para a literatura, pelo que este número parece indicar que a introdução a obras literárias não infantojuvenis deve ser feita por volta dos 14 anos.

No que respeita à introdução das crianças à leitura, partindo do princípio de que esta introdução se faz através da literatura para crianças e jovens, é de realçar que

o escalão etário mais baixo, o dos 0 aos 5 anos é aquele cujos números apresentam maior flutuação ao longo da década, indo de uns muito modestos 52 títulos em 2000 aos 272 títulos em 2009, o que nos leva a crer que as políticas públicas de incentivo à leitura, nomeadamente as protagonizadas pelo PNL, obtiveram claros efeitos positivos na sensibilização para a importância da leitura a partir da mais tenra idade. (Neves, Santos e Lima. 2012: 58)

Pensamos, assim, poder deduzir que os escalões de idades a ter mais em conta para a criação de hábitos de leitura e a introdução à literatura serão o do 0 aos 5 anos e o dos 14-20 anos.

Outro dado importante para a literatura é o facto de que os géneros literários¹⁰ que registam um maior aumento de leitores ao longo desta primeira década do século XXI são a ficção e o conto.

Cruzando os dados relativos a títulos originais em língua portuguesa, as categorias, principalmente a dos jovens adultos e a dos adultos sério, e os lugares cimeiros da ficção e poesia, pensamos poder concluir que faz todo o sentido, mesmo em contexto industrial, apostar na descoberta e/ou criação de autores literários de língua

¹⁰ Neste estudo são contemplados os seguintes géneros: ficção, drama, ensaio, humor, sátira, cartas, contos, poesia, discursos, oratória, texto não literário, formas múltiplas ou outras formas literárias.

portuguesa. Portanto, não obstante este panorama industrial que promove necessariamente um maior nível de despersonalização, uma das principais funções da atual classe criativa dos editores continua a ser a gestão de talentos, pois é dos criadores que provém a matéria-prima que poderá ser transformada em produto pelos diversos quadros criativos das empresas da edição. Em última instância serão sempre os talentos a promover o crescimento económico destas indústrias, pelo que não faz qualquer sentido que em muitas editoras, os autores sejam considerados fornecedores (de conteúdos), do ponto de vista da gestão, juntamente com tradutores e ilustradores, senão também com tipografias e fábricas de papel.

Se uma das definições de indústrias culturais e criativas, e uma das nossas preferidas, é a defendida por Maria de Lourdes Lima dos Santos que entende as indústrias culturais e criativas como «aquelas actividades industriais que integram trabalho cultural ou artístico directamente nos seus produtos» (Santos, Maria de Lourdes, 2005: 17), não podemos perseguir uma filosofia empresarial que entende os autores como fornecedores (naturalmente, sem desprimor para estes) e que não personaliza o contacto com os autores a todos os níveis, seja na Tesouraria ou na Administração.

O meio editorial, e a literatura no seu seio, é uma indústria que partilha, grosso modo, os principais critérios distintivos deste tipo de indústria, a saber: reprodutibilidade (há, na origem, um protótipo reproduzido ou difundido a uma escala massificada) e direitos (há proteção autoral e de reprodução, isto é, existem leis criadas para salvaguardar a propriedade intelectual dos conteúdos criativos). Mas a produção das obras artísticas, mesmo num quadro de ação coletiva, como é o caso da edição de literatura, não pode demover-se do respeito integral pelo autor e a sua obra.

Procuramos estudar um campo de produção cultural, como o do setor do livro, insistindo em percorrer os aspetos suscitados pela inovação tecnológica e pelas grandes orientações em matéria de políticas públicas (culturais, educativas, económicas...), pelo mercado, pelas carreiras ocupacionais, pela estrutura organizacional (considerando diferenciações funcionais e hierarquias de funcionamento) ou pela estrutura da indústria (do ponto de vista das ramificações e integrações na gestão da cadeia do livro).

Procuramos salientar, de uma maneira geral, aspetos positivos como a diversidade da oferta editorial (títulos, autores, editoras, livrarias), a política de

promoção de leitura (com a implementação do Plano Nacional de Leitura), as potencialidades do mercado lusófono, a importância dos nichos de mercado, as novas tecnologias, a progressão do mercado nacional, a aplicação da lei do preço fixo (decorrente do generalizado reconhecimento da necessidade de existência de regulamentação), a entrada do capital financeiro no ramo da edição, a progressiva profissionalização das empresas no que se refere à gestão, o reforço das ações de promoção e marketing, a projeção internacional dos autores portugueses, a importância da venda de direitos (num setor tradicionalmente comprador), a adequação das novas tecnologias na criação, produção, promoção, comercialização e consumo.

Procuramos também não ignorar aspetos negativos como a falta de conhecimento ou de formação profissional por parte de algumas pessoas que hoje trabalham em edição e na rede livreira, a fragilidade financeira de editores de pequena e média dimensões, a dificuldade das pequenas editoras especializadas em encontrar pontos de venda (derivada da primazia conferida ao livro de alta rotação, os best-sellers), as elevadas margens cobradas pelas distribuidoras aos editores, a debilidade da rede livreira tradicional (muito por força do crescimento de grandes cadeias e superfícies comerciais), a não uniformização dos sistemas de classificação e catalogação, a exiguidade do mercado interno e a dificuldade de acesso ao mercado externo, o atual sistema de devoluções dos livros pelas livrarias (que depositam quase todas as despesas e deveres nas editoras), as limitações da informação estatística disponível, o défice de atuação do Estado no apoio à internacionalização da atividade editorial portuguesa, os baixos índices de literacia e de hábitos de leitura da população portuguesa, a cópia ilegal (em particular nos livros paraescolares, técnicos e científicos), os baixos salários e o recrutamento de candidatos sem qualificações adequadas (o que tem o efeito perverso de justificar más remunerações), a precariedade no emprego (o que contribui para a descaracterização da profissão e reforça a tendência para o *salve-se quem puder* generalizado), os novos valores sociolaborais (tais como a versatilidade, a mobilidade ou a proatividade) e o aparecimento de estruturas-satélite (operantes nas áreas da tradução, da revisão, da iconografia, etc.).

Não podemos, no entanto, deixar de dar a nossa principal atenção à atual mudança de valores na sociedade portuguesa que, a par do resto do mundo, permitiu que o lugar consagrado à erudição, à cultura e ao saber fosse ocupado por modelos de informação e entretenimento efémeros e descartáveis, em vez de enveredar por uma verdadeira democratização no acesso a bens culturais e uma verdadeira democracia nas

oportunidades dadas a quem pretende tornar-se escritor, escritor de literatura, a marca distintiva por excelência do livro enquanto um bem de consumo, sim, mas um bem cultural.

2. O LIVRO ENQUANTO BEM CULTURAL

2.1. A definição de bem cultural

Tomando a caracterização de Richard Caves (*Caves apud* Peters e Araya. 2010: xiv-xv), os bens culturais, e respetiva economia, têm sete propriedades distintivas que influenciam o seu valor comercial.

O primeiro princípio – *nobody knows principle* –, refere o fator de incerteza da futura procura para um determinado bem cultural. Os decisores económicos, incluindo os que trabalham com bens culturais, têm de cumprir orçamentos e em qualquer orçamento é contabilizada uma previsível receita. Esta previsão de lucro é sempre um tiro no escuro no que diz respeito a bens culturais, principalmente (nunca é de mais lembrar) quando se trabalha com obras originais. Tomemos o caso dos livros. Quando os livros são orçamentados, no plano anual de uma editora, é muito raro ter o original na mão, pelo que os orçamentos são feitos com base nas informações dadas pelos autores. Portanto, é muito fácil os livros serem maiores ou menores do que o previsto, precisarem de mais ou menos horas para revisão e edição, exigirem um tratamento gráfico específico, etc. Mesmo assim, os custos são muito mais controláveis do que as receitas. É quase impossível prever de antemão a reação dos consumidores a um produto. Podemos rever o historial de produtos similares e considerar que muito dificilmente um livro de um autor desconhecido venderá mais do que 1000 exemplares, ou considerar que um livro de poesia poderá vender apenas 300. Mas nunca se sabe ao certo porque a quantidade de variáveis e o peso de cada uma no resultado final é simplesmente impossível de conhecer antecipadamente, assim como é também difícil compreendê-las depois de conhecermos os resultados. É *previsível* que um best-seller internacional tenha idêntico sucesso num determinado país, mas ninguém o pode garantir porque os exemplos contrários são demasiados.

No segundo princípio – *art for art's sake* – temos a principal característica das obras de arte, que também se incluem nos bens culturais e também acabam por ser produtos comercializáveis. Os criadores preocupam-se com a originalidade, a estética, a

técnica, os materiais, o processo de criação, etc. Sabemos que a definição de arte não é simples e muito menos o é a de gosto, que está subjacente ao juízo estético, mas muitos criadores pretendem que as suas obras sejam *artísticas*, mesmo que isso as torne menos comerciais. Não estão dispostos a escolher uma determinada tela porque o seu tamanho é mais adequado à parede da sala, por exemplo.

Relativamente ao terceiro princípio – *motley crew principle* –, é fácil perceber que a concretização de obras como um filme ou uma peça de teatro implica um número alargado de colaboradores especializados, mas nem sempre se espera que assim seja em obras como uma pintura ou um livro. Na verdade, podemos considerar que, para a criação propriamente dita, só o criador é preciso, mas, mesmo nestes casos, não é o que se passa. Todas as obras de arte ou outros bens culturais, por mais *simples* que pareçam, precisam de uma cadeia ou uma rede de mediadores para que possam ser conhecidas e comercializáveis. Essas diferentes figuras de mediação podem, no entanto, ser desempenhadas por um grupo restrito de colaboradores polivalentes ou mesmo pelo próprio autor.

Ao quarto princípio – *infinite variety* – acrescentamos apenas que esta infinita variedade é exatamente o que caracteriza os produtos oriundos de mentes criativas. As ideias são o resultado de se ser criativo, são muitas e muito variadas e podem emergir em todos os campos de atividade humana. Os bens culturais são intrinsecamente dependentes dessas mentes criativas e dessas ideias de uma variedade infinita.

No quinto princípio – *A list/B list* – significa que as competências necessárias a um bem cultural são diferentes, são necessárias em momentos diferentes e têm naturezas diferentes. Mesmo os artistas, criadores originais da obra e primeiro elo da cadeia, são *classificados* segundo as suas capacidades, originalidade e proficiência num determinado processo criativo. Todos os seguintes elos da cadeia também são classificados da mesma forma, pois pequenas diferenças em capacidade e talento, em qualquer uma das fases da produção do bem cultural em causa podem conduzir a grandes diferenças no sucesso da obra (também económico).

Quanto ao sexto – *time flies* –, chamamos a atenção para a importância de um coordenador de projeto, pois num processo como o de produção, divulgação e comercialização de um bem cultural, os diferentes prazos são essenciais. Com tantas fases em que são necessários tantos colaboradores, com diferentes competências, o calendário tem de ser rigoroso. Tem também de ser construído entre duas balizas temporais: a data da entrega do material original e a data de

divulgação/comercialização. Idealmente seria só a segunda, mas sabemos que dificilmente a primeira ocorre quando previsto. É, portanto, necessário jogar com estas duas datas e organizar todas as restantes etapas entre uma e outra.

No sétimo e último princípio – *ars longa* – recordamos que, tendencialmente, os bens culturais têm uma vida longa e, muitas vezes, os maiores dividendos vêm muito depois da sua produção e divulgação. Este aspeto faz dos bens culturais um potencial bom investimento para o futuro, assim como implica a necessidade de regras estritas sobre direitos de consumo e/ou utilização, como forma de garantir a propriedade intelectual ao seu criador.

Com tantas características delicadas e dificilmente previsíveis, a criação, produção, divulgação e comercialização de bens culturais não é tarefa fácil, apesar do *boom* que as indústrias culturais têm tido recentemente. Uma série de problemas e tensões envolve este tipo de indústria, que, para mais, está intimamente dependente das políticas culturais de que é alvo. Podemos argumentar que o termo *bem cultural* é demasiado flexível, que se aplica a demasiados produtos e que esses produtos são de tal forma heterogêneos que é inútil falar das respetivas indústrias como indústrias culturais no todo. Ou podemos defender que todas as indústrias são indústrias culturais, pois todas, ou quase, disponibilizam bens e serviços com carga simbólica no seio das culturas onde funcionam.

Se um determinado modelo de automóvel é sinónimo de elegância e distinção numa determinada cultura poderá ser um bem cultural? Até porque é comum reconhecer que o principal interesse em tais produtos é simbólico, estético e de natureza artística e esse modelo de automóvel cumpre facilmente os primeiros dois critérios e poderá também cumprir o terceiro, se considerarmos que o design que lhe deu origem é uma forma de arte. Ou podemos questionar o carácter cultural da maior parte do turismo e o turismo surge como atividade cultural, porque está relacionado com o património, quer este seja ou não natural.

Talvez possamos considerar que as próprias denominações de cultura, indústria cultural e bem cultural estejam na moda e, enquanto assim for, os que produzem bens e serviços, que englobam elementos utilitários e não utilitários, terão tendência para se considerarem indústrias culturais.

Talvez possamos contrapor que indústrias culturais não partilham o objetivo da homogeneização cultural, consequência comum da globalização, mas, neste caso, seria retirado o epíteto *cultural* a muitas indústrias, como o cinema dos grandes estúdios, os

programas de grandes cadeias televisivas ou a música de grandes editoras. E voltaríamos a ter de lidar com o problema do elitismo da cultura, o que também não nos parece uma boa solução.

Talvez possamos começar por desconstruir alguns clichés, como a «globalização não é uma questão de homogeneização cultural» (Appadurai. 2004: 25). Ou não tem de o ser, muito embora a homogeneização seja uma espécie de valor seguro para a esmagadora maioria das grandes empresas multinacionais, porque dá muito menos trabalho, requer muito menos investimento e dá muito mais garantias de sucesso, seja qual for o produto. Se o produto é cultural mas homogéneo, então, mais homogeneizado se pretende o consumidor. Utilizar a mesma língua ou o mesmo padrão de gosto facilita sobremaneira a criação de novos produtos, que, no caso, deverão ter o mínimo de diferenças do seu imediato antecessor ou apenas as suficientes para apelar à sua compra. Nunca, estes produtos, para que sejam considerados *seguros* no mercado globalizado das indústrias criativas, deverão suscitar demasiada estranheza ou exigir demasiado esforço para a sua compreensão. As indústrias criativas são apenas um nome mais aliciante para aquilo que realmente são: indústrias de entretenimento. E esse entretenimento tem de ser fácil, quanto mais fácil melhor, porque não se pretende formar um povo que se entretenha a pensar.

Talvez o mundo da criação artística não deva ser considerado uma indústria, mesmo que – como no caso do livro, do disco ou do cinema – implique meios industriais para a sua concretização e divulgação. Porque as indústrias culturais e criativas, afinal, e como defende Arjun Appadurai, funcionam num mundo onde «as divisões geográficas, diferenças culturais e fronteiras nacionais tendem a tornar-se isomórficas e desenvolveu-se uma forte corrente que refracta os processos mundiais através desta espécie de mapa nacional-cultural do mundo» (Appadurai. 2004: 31).

Defendemos, no entanto, com otimismo, que esta não é, ou não tem de ser, a via única para o futuro da cultura em ambiente de globalização, uma vez que «sociedades diferentes têm modos diferentes de apropriar os materiais da modernidade» (Appadurai. 2004: 32). Para que essas diferenças possam subsistir, é necessário que todos considerem que serem privados de uma atividade, de um saber, do acesso a um determinado bem cultural ou a um dado serviço constitui uma falha, uma falta e uma injustiça. «A distinção entre *diferença* social e a *desigualdade* social de acesso a toda uma série de bens, práticas, saberes, instituições, etc., é o facto de, nesta segunda

situação, estarem em causa objectos colectiva e amplamente definidos como altamente desejáveis.» (Lahire. 2008: 80)

Optamos pela *diferença* em vez da *desigualdade*. A nossa área não é a sociologia, mas como consideramos a edição de literatura uma atividade com forte impacto na sociedade, defendemos, com Bernard Lahire, que:

Em vez de medir, sem reflexividade, a distância entre grupos sociais, classes sociais ou categorias sociais, convertendo automaticamente todas as diferenças em desigualdades, o sociólogo deve, antes de mais, tomar como objecto a génese dessas crenças colectivas, os processos de legitimação, de deslegitimação ou de relegitimação dos diferentes tipos de bens, actividades ou saberes, e, no fundo, as lutas pela definição social «do que conta», «do que tem valor», em suma, do que é um «capital» aos olhos da maioria. (Lahire. 2008: 80)

Assim, o poder do Estado tem um papel decisivo, pois dele depende, em muito, a consagração, mesmo que intervenha muito menos do que seria desejável na primeira fase, a da construção de um produto cultural novo e inovador, construindo e dinamizando sistemas artístico-culturais centrais e periféricos. Também porque, ao «contrário da prática política em Portugal, a cultura é um bom investimento, que tem retorno direto e indireto, com poucos custos intermédios» (Brites. 2013). A cultura tem valor.

Digo valor porque há aqui uma avaliação, um julgamento de importância, e também uma discussão sobre o preço que estamos dispostos a pagar por esse valor: o espírito. [...] existem valores concorrentes. [...]. Todos esses valores que sobem e descem constituem o grande mercado de negócios humanos. Entre eles, esse pobre espírito, o valor *espírito* não cessa de baixar. (Valéry *apud* Lahire. 2008: 82)

A atualidade é uma época caracterizada por um forte poder da propaganda, protagonizada pelos média, por uma instabilidade constante, pela futilidade disfarçada de *aquisição de experiências*, por valores pouco humanistas e solidários. As pessoas são *assaltadas* pela publicidade (também ela uma indústria cultural e criativa) que transforma os produtos mais comerciais em produtos culturais, fazendo dos primeiros

verdadeiros concorrentes dos segundos, vendendo a ilusão de que consumindo uns estão a usufruir dos outros. No mercado cultural, a cultura não é senão um *submercado* esmagado pelo grande supermercado de tudo.

Para que o material da cultura seja um capital, este exige [...] pessoas que tenham sede de conhecimento e de poder de transformações interiores, sede de desenvolver a sua sensibilidade, e que saibam, por outro lado, adquirir ou exercer os seus hábitos, uma disciplina intelectual, convenções e práticas necessárias para utilizar o arsenal de documentos e de instrumentos acumulados ao longo de séculos. (Lahire. 2008: 84)

A receção interpretativa de um texto pressupõe sempre o «contexto anterior», dizem Hans Robert Jauss (1993: 68), e se esse contexto anterior for rico e exigente, o próprio público tenderá a recusar o facilitismo de muitas das obras da dita cultura popular ou de massas, e isso forçará o aumento de qualidade dos produtos comercializados como bens culturais. O mesmo processo forçará a que produtos que apenas procurem substituir o natural anseio artístico sentido em qualquer sociedade desapareçam ou, pelo menos, que o seu consumo seja residual. Pierre Bourdieu explicita:

A obra de arte só existe enquanto tal, quer dizer, enquanto objecto simbólico dotado de sentido e de valor, se for apreendida por espectadores dotados da atitude e da competência estéticas tacitamente exigidas, pode dizer-se que é o olhar do esteta que constitui a obra de arte como tal, mas com a condição de ter de imediato presente no espírito que só pode fazê-lo na medida em que é ele próprio o produtor de uma longa convivência com a obra de arte. (Bourdieu. 1989: 286)

A nossa tendência para pensar e explicar o mundo através de narrativas comuns está tão enraizada que, muitas vezes, nem nos damos conta disso – mesmo quando somos os autores do relato. No entanto, a atualidade pede que tomemos plena consciência do poder da narrativa. Consideramos que existe uma íntima relação entre norma estética e valor estético, uma vez que tanto uma como o outro estão intimamente relacionados com a questão da legitimação. Jean-François Lyotard elabora amplamente sobre o tema, tendo como referente não especificamente a obra de arte mas qualquer

obra do saber. Defende este autor que o problema se relaciona com a questão das narrativas, as grandes narrativas, o metadiscurso utilizado pela ciência para legitimar as suas regras (Lyotard. 1989: 11), para se tornar inteligível e aceite pelos seus pares. Dentro deste contexto, a pós-modernidade pauta-se por uma «incredibilidade em relação às metanarrativas» (Lyotard. 1989: 12) e, portanto, ao próprio saber.

Outro traço nuclear da pós-modernidade associado ao da legitimação é o da performatividade, isto é, a otimização das performances através da melhor relação «*input-output*» (Lyotard, 1989: 91), ou preço-qualidade. Numa sociedade pós-moderna, tudo – desde o saber às pessoas – tenderá a ser socialmente posicionado segundo esta norma. Portanto, tanto o saber – ou a arte – como as pessoas – ou seja os atores que fazem parte do campo do saber/arte – são um mero bem transacionável que é «produzido para ser vendido» (Lyotard, 1989: 14). Ao ser «vendido» cada um destes bens – obras e pessoas – passam a ter um *dono*, um dono que controla os meios de produção mas também os da receção.

Neste contexto, a *aura* da obra de arte desvanece-se no meio de um ruidoso ambiente sobrelotado de *promotores culturais* que propagam um *acesso democrático* aos agora intitulados *bens culturais*. *Este acesso livre* significa, em geral, a ausência de qualquer tipo de *mediação cultural*. Mas este acesso, se processado de um modo totalmente acrítico, enreda-se nos meandros dos cada vez mais numerosos *campos de poder* que institucionalizam uma *indústria cultural* cada vez mais agressiva e economicista, confundindo criação com criatividade e receção com fruição. Um *caos comunicativo* que anula a própria ideia de prova de grandeza substituindo-a pela prova de força. Neste ambiente, é «desferido um grande ataque ao profissionalismo e a toda a espécie de mediação autónoma que se interponha entre os velhos poderes reciclados e o público» (Perniola. 2004: 27).

Assim, é necessário que as instituições tradicionalmente com poder sobre a definição do cânone – principalmente, as instituições estatais e académicas – se mantenham, por um lado, muito mais vigilantes relativamente ao cânone já definido; por outro, mais atentas às obras mais inovadoras, pois só uma reflexão estética e um discurso crítico credíveis poderão fortalecer o conceito de cânone enquanto orientador do gosto, tanto na criação como na receção. A receção, essa, deverá sempre contemplar o prazer da leitura e flexibilizar os critérios para definir o que é ou não de *bom gosto*, nunca descurando o fator liberdade e o poder da influência de um particular grupo de mediadores – o leque de pessoas que interagem com os leitores e as suas escolhas.

Como sintetiza João Luís Lisboa, «sei lá do que gostam os supostos amantes de livros. Sei do que eu gosto e do que gostam as pessoas de quem eu gosto» (Lisboa *apud* Marques. 2014).

Temos, desta forma, que o propósito de fortalecimento do cânone, poderá ser perseguido, não necessariamente alargando as margens do cânone mas fortalecendo os naturais e inevitáveis afluentes. Para que isto aconteça, há que ter em conta que é preciso compreender, por um lado, a manutenção de certas obras canónicas à luz das sucessivas contemporaneidades; por outro, saber integrar as obras mais inovadoras sem as subjugar às já existentes. Só o que é criticamente compreendido pode ser questionado e, hipoteticamente, validado como obra de arte. No entanto, este exercício implica conhecimentos técnicos e teóricos, assim como uma forte noção dos pilares ideológicos e políticos em que o mundo da arte está mergulhado. É um exercício que terá de ser regido por princípios éticos, os quais estão rapidamente a desaparecer em prol da manutenção de um posto de trabalho, pois os mediadores artísticos não possuem quaisquer normas que os orientem no seu dia-a-dia profissional.

A *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural* da UNESCO afirma que «As forças de mercado, por si sós, não podem garantir a preservação e promoção da diversidade cultural, condição de um desenvolvimento humano sustentável» (2002: art. 5.º). É, por esta razão, necessária a existência de políticas culturais, nomeadamente públicas, sendo que o mesmo conjunto de conclusões internacionalmente aceites acrescenta que as *políticas e medidas culturais* exercem «um efeito directo nas expressões culturais [...], incluindo na criação, na produção, na divulgação e na distribuição» (UNESCO. 2002: art. 4.º). Assim se compreende que um dos principais objetivos das políticas culturais será contribuir para a definição das condições de criação e receção dos bens culturais, o que, em definitivo, terá um papel determinante na construção do gosto dos criadores, dos mediadores e dos públicos, quer a sua ação se materialize sob a forma de incentivo, aceitação ou rejeição. Mas a forma de entender este *efeito direto* altera-se profundamente consoante as diferentes épocas, geografias e ideologias que orientam essa ação.

Outro aspeto fundamental da ação das políticas culturais públicas é a construção do gosto. Mesmo que o Estado considere que não é sua função direcionar o gosto médio de uma sociedade, o facto é que essa posição (ou essa não posição) constrói um nível médio de gosto. É suficiente reparar no que se tem passado nas últimas duas décadas

com a liberalização do mercado das indústrias culturais – p. ex., o os canais privados de televisão, a concentração de vários órgãos de imprensa ou do mercado editorial – para perspetivarmos o resultado da (não) atuação do Estado na formação do gosto comum.

Não se pretende aqui defender que a totalidade da cultura de um país deva estar dependente da ação direta do Estado, e não é sequer saudável cultivar um gosto excessivamente elitista apenas acessível a classes sociais mais preparadas. A democratização cultural – que integra expressões tão diversas como o artesanato, o design ou o entretenimento – é uma conquista civilizacional das modernas democracias ocidentais surgidas após a Segunda Guerra mundial e está legitimada pelos ainda recentes Estudos Culturais. No entanto, a valorização de formas culturais tidas como populares e a diluição das fronteiras entre alta e baixa cultura, entre cultura erudita e popular, não deve ser argumento para que se abandone a formação de públicos. Só públicos bem (in)formados estão aptos a usufruir com prazer de formas mais exigentes de arte sem ser preciso descer sucessivos degraus na qualidade dos bens culturais disponíveis.

Se se considera que as capacidades criativas e criadoras são os motores de desenvolvimento de uma sociedade, será então óbvio que esse desenvolvimento não será alcançado apenas com produtos de *assimilação imediata*. Como defende Harold Bloom, os novos cânones não podem depender das legítimas pretensões das culturas emergentes (Bloom, 1997). É legítimo questionar os *valores absolutos* que orientam os cânones ocidentais, quase exclusivamente dependentes de uma oligarquia branca, masculina e heterossexual. É legítimo construir novas plataformas estéticas que permitam a entrada no cânone de diferentes estéticas, mas este movimento não deverá permitir a entrada de obras com o único objetivo de cumprir quotas de minorias que, legitimamente, se sentem historicamente excluídas dos círculos do poder. Os criadores oriundos dessas formas alternativas ao *status quo* deverão ser cada vez mais qualificados, isto é, com uma boa formação enquanto produtores e recetores de arte, de modo a que as suas obras e as obras por si defendidas alcancem um inteligente e questionante nível estético. As suas obras não devem ser consideradas válidas apenas porque transmitem valores políticos ou sociais que atualmente (e ainda bem) detêm um lugar nas preocupações da civilização ocidental.

2.2. O caso do livro

No *Dicionário do Livro. Da escrita ao livro electrónico*, de Maria Isabel Faria e Maria da Graça Pericão, é-nos dito que o Livro é

Documento impresso ou não impresso | Transcrição do pensamento por meio de uma técnica de escrita em qualquer suporte com quaisquer processos de inscrição [...]. Integra-se num processo de criação, de reprodução, de distribuição, de conservação e de comunicação. [...] Segundo a agência portuguesa para o *ISBN (International Standard Book Numbering)* é toda a publicação não periódica com um mínimo de quarenta e cinco páginas e que esteja sujeita a depósito legal (Faria e Pericão. 2008).

A história do livro é também a história de inovações técnicas que permitiram otimizar o acesso à informação e a facilidade do seu uso e da sua produção. A sua história está também intimamente ligada ao surgimento e à evolução da própria escrita, pois o livro adapta-se, em termos de materiais, de forma e de manuseio às técnicas da escrita. Portanto, o livro começou por corresponder às tábuas de argila ou à pedra e foi acompanhando as diferentes técnicas da escrita, passando pelos rolos de papiro ou pergaminho até chegar ao códex, que era já uma forma muito aproximada da do livro em papel atual, já com folhas ordenadas em cadernos.

Provavelmente, o livro é um bem transacionável desde praticamente o seu início, mas só com Roma surgem as livrarias e, com elas, a figura do comerciante de livros. No entanto, no Ocidente, a Idade Média recolheu o livro, maioritariamente, aos mosteiros, pois passa a ser visto predominantemente como veículo sagrado da também sagrada palavra de Deus. Progressivamente, com o surgimento das universidades, aparecem livros em língua vernácula, rompendo com o monopólio do latim da Igreja, e o papel passa a substituir o pergaminho, surgem as primeiras proto-livrarias, e o fabrico e comercialização dos livros deixa de ser maioritariamente controlado pela Igreja.

A invenção mais importante, já no limite da Idade Média, foi a primeira forma de impressão, no século XIV, que consistia na gravação do conteúdo de cada página do livro em blocos de madeira, que eram mergulhados em tinta e decalcados no papel. Em 1405 surgiu, na China, a primeira máquina impressora, mas a grande revolução

decorreu da busca de soluções mais eficazes de impressão, sendo a solução desenvolvida por Johannes Gutenberg, em 1454-55, que inventa a imprensa com tipos móveis reutilizáveis, a mais reconhecida historicamente. Esta nova tecnologia baixou consideravelmente os custos astronómicos dos manuscritos oriundos do *scriptorium* da Igreja e popularizou o livro em papel. Tanto os materiais, como a forma ou as técnicas de impressão pouco mudaram até ao século XX. O livro impresso de Gutenberg foi uma tecnologia muito bem-sucedida porque resistiu a cinco séculos de civilização repletos de novas invenções e de novas descobertas.

Quanto mais os livros se popularizam mais aumentam os níveis de alfabetização (ou vice-versa), tornando-os um produto acessível a um número cada vez maior de pessoas. De um veículo principalmente destinado aos textos religiosos e de alto conhecimento, o livro passou a recuperar obras de literatura oral e participou ativamente na criação de novos géneros literários, como o romance ou a novela, particularmente bem adaptados à leitura silenciosa de um leitor individual.

Pilar da civilização humana, o livro em papel confronta-se agora com novas realidades técnicas, tendências sociológicas e novos modelos de negócio que representam o mais sério ataque à sua existência desde que surgiu como suporte privilegiado da palavra escrita. Só nos últimos anos, o mais poderoso instrumento de divulgação do saber e de formação intelectual da humanidade começa a ver a sua existência a ser questionada.

Enquanto bem transacionável, convém lembrar que há muito o livro se vê a braços com a necessidade de ser comercialmente atraente. Não sabemos quais as razões de fundo que levaram Gutenberg a escolher a Bíblia¹¹ como o primeiro livro a ser produzido com a sua invenção, mas o facto de a Bíblia ser, na época, um dos livros mais difundidos foi certamente um argumento decisivo. O livro, enquanto indústria, andou sempre nas mãos de fortes poderes públicos e privados, pois ambos sempre o reconheceram como um veículo poderoso do capital do conhecimento e da propaganda. O livro oscilou sempre entre ser o veículo por excelência para a transmissão do que melhor produzia o conhecimento e a cultura humanos e ser um produto de entretenimento cada vez mais acessível e rentável.

Os bens culturais que são alvo do nosso estudo (isto é, os livros que veiculam literatura) são, por um lado, *objetos de uso*, e, como tal, são passíveis de ter uma análise

¹¹ A Bíblia das 42 linhas não tem cólofon, pelo que não se conhece a data exata de publicação.

em termos de ergonomia, e, por outro, veiculam literatura e, como tal, o seu estudo não pode prescindir da literacia. Através da ergonomia e da literacia pretendemos abordar o livro enquanto veículo de um bem cultural, a literatura, mesmo que não tentemos definir o que é literatura e muito menos o que é *boa literatura*.

Só leitores com bons níveis de literacia, de vários tipos de literacia, estão preparados e desejosos de aceder a conteúdos questionantes e inovadores, como é o caso de todos os conteúdos literários. Mas o livro não é um formato *perfeito nem acabado* e, embora respeite critérios ergonómicos básicos, enquanto objeto, pode também apelar a critérios ergonómicos mais sofisticados que influenciam a receção do respetivo conteúdo literário pelo leitor. Voltaremos em breve a estes dois tópicos, mas quisemos enunciá-los nesta altura porque ambos participam ativamente naquilo que faz de um livro um bem cultural, seja ele em papel ou eletrónico.

Dentro das indústrias culturais e criativas, a publicação de livros é considerada «a mature market» (*The EU Publishing Industry*. 2003: 116), e, por isso, será menos recetiva à entrada de novas tecnologias. Isto justifica o facto de o e-book continuar a deter percentagens baixas, tanto do lado da produção como do lado do consumo. No entanto, prevê-se que a performance do e-book comece a ser mais apelativa nos livros escolares e técnico-profissionais, pois estas áreas prestam-se claramente aos formatos eletrónicos, além de que o seu público-alvo estará também mais disponível para este novo tipo de leitura. Quanto à literatura, esta será uma área de menor adesão, porque a relação ergonómica entre o livro em papel e os leitores de literatura é mais *afetiva* e, por essa razão, menos disponível para grandes alterações.

Num contexto de aceleradas inovações, próprias das sociedades da informação e em rede, as indústrias culturais e criativas, de que a indústria do livro é uma das principais constituintes, enfrentam importantes desafios. Desafios a que acrescem os efeitos da crise financeira e económica desencadeada em 2008, especialmente aguda em Portugal após 2011.

É o caso do conjunto das empresas com atividade principal de edição de livros cujo número decresce em 2012 (442) para um patamar similar ao registado em 2008 (441) depois de um período de crescimento que remonta pelo menos a 2004 (primeiro ano com dados). (Beja, Santos e Santos. 2014: 5)

A juntar-se a esta crise financeira, o setor do livro deparou-se ainda, nos últimos anos, com os efeitos das concentrações editorial e livreira, que têm ocorrido a nível mundial, mas que são particularmente violentas em mercados pequenos como o português.

A comercialização é uma das atividades que tem sido mais intensamente afetada pelos efeitos conjugados das concentrações editorial e livreira, das evoluções tecnológicas e da crise, efeitos que incluem falências e encerramentos, em todo o caso diminuição do número de livrarias. (Beja, Santos e Santos. 2014: 14)

A atenção por parte das políticas públicas, em vários países, relativamente aos problemas enfrentados por estas livrarias não é recente e vai de par com o reconhecimento do seu importante papel cultural. Ela tem expressão em Portugal em legislação que fixa o preço de venda de livros ao público, aprovada em 1996, com o objetivo de favorecer e proteger a existência de uma rede de livrarias de proximidade em todo o país. Sabemos todos, no entanto, que este tipo de políticas não foi o suficiente para evitar os efeitos da entrada, em 1985, de grandes superfícies comerciais e do seu elevado poder negocial, capaz de baixar de forma disfuncional os preços dos livros, o que levou ao desaparecimento de um grande número de livrarias ou a um seu funcionamento extremamente anémico.

Um estudo intitulado *Edição e Comercialização de Livros em Portugal: Empresas, volume de negócios e emprego (2000-2008)*, da autoria de José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos permite conhecer o volume de negócios que, em 2008, representa perto de €404 milhões (Neves e Santos. 2010: 8). É pertinente referir, como termo de comparação, que, «nesse mesmo ano, o orçamento do Ministério da Cultura inscrito no Orçamento de Estado foi €245,5 milhões» (Neves e Santos. 2010: 8). Este dado deixa perceber o peso exponencial do livro na economia criativa portuguesa, em que o seu volume de negócios é quase o dobro de todo o orçamento do Ministério da Cultura. Percebe-se assim porque este setor foi tão apelativo ao investimento do grande capital, como é o exemplo da constituição do grupo Leya, em janeiro de 2008, e o forte crescimento do grupo Porto Editora a partir dessa mesma data.

O setor do livro, à semelhança de todos os outros setores das indústrias culturais e criativas, representa dois tipos de capital, o económico e o simbólico, pelo que a venda de livros consiste, simultaneamente, em ganhar dinheiro e em permitir a aquisição de

reconhecimento simbólico. O seu volume de negócios, quer a nível nacional quer internacional, atrai um número cada vez maior de atores meramente industriais que interferem grandemente no modo de funcionamento dos atores tradicionalmente intelectuais. Assim, o surgimento de grandes empresas editoriais promoveu um maior peso dos agentes literários, por exemplo, o que alterou a anterior relação direta entre os editores e os autores, mesmo os estrangeiros.

Muito embora a formatação industrial altere profundamente este setor, a edição continua a salvaguardar as qualidades-chave do livro, mesmo que em quantidades cada vez menores. Pertencendo à economia do conhecimento, a *indústria do livro* mantém a sua ambição de contribuir para a liberdade de expressão, a diversidade cultural e a democratização do acesso por parte dos leitores. Esta indústria permite ainda que os autores, editores, distribuidores e livreiros detenham um lugar próprio no contexto económico, cultural e social em que se inscrevem, sendo-lhes possibilitado que, pela sua ação, contribuam para a construção de hábitos e gostos culturais. No entanto, no momento presente, o papel desempenhado por todos estes agentes precisa de ser permanentemente questionado e avaliado. As forças transformadoras da globalização e digitalização deixaram claro nos últimos anos que o futuro dos livros e da leitura, e respetivos formatos e natureza, será muito complexo e diversificado.

Em Portugal, o estudo *Comércio Livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*, de Rui Beja, Jorge Alves dos Santos e Jorge Augusto dos Santos, tem como objetivos principais realizar um diagnóstico da situação no início da segunda década do século XXI e a identificar tendências de evolução. «A pesquisa, recolha e análise de dados e informações obedeceram a uma perspetiva de estudo assente em quatro dimensões fundamentais: sociocultural, económica, tecnológica e político-legal.» (Beja, Santos e Santos. 2014: i)

O estudo comprova que a revolução digital e a Internet constituíram, a partir de meados dos anos 90, «fator adicional e incontornavelmente decisivo para a mudança de paradigma das indústrias culturais, incluindo o modelo de negócio da edição e do comércio livreiro» (Beja, Santos e Santos. 2014: ii). Vários indicadores dão conta da evolução negativa a partir da crise financeira internacional de 2008 e de sinais negativos que pontuam a realidade nacional, um pouco mais tarde, quando a crise se agudizou, em 2011, com a entrada em vigor do plano de ajustamento financeiro a Portugal.

Este contexto caracteriza-se pelo já mencionado aumento das grandes superfícies, a também já referida concentração editorial (grupos Leya e Porto Editora), o

desenvolvimento do comércio eletrónico de livros e o surgimento do livro digital. O mesmo se aplica a todas as indústrias culturais e dita a sua relevância no futuro digital que se projeta como «desafio de um novo paradigma civilizacional, a era da informação globalizada.» (Beja, Santos e Santos. 2014: 14)

O livro é, portanto, um bem cultural de grande relevância e elevado potencial económico-financeiro, embora seja também consensual que «o valor do livro não pode ser reduzido ao de mera mercadoria. A relação com a leitura, de que é suporte nobre, em particular tratando-se de literatura, contribui largamente para o seu valor cultural» (Beja, Santos e Santos. 2014: 15).

Este facto não invalida que o setor do livro se movimente numa espécie de cortina de fumo, por detrás da qual antigos e novos atores fomentem diferentes tipos de informação, desinformação e contrainformação. É um duro combate pela sobrevivência, pela manutenção do *status quo* ou pela conquista de um lugar no *pódio*. Os atores tradicionais batem-se por sobreviver num campo invadido por novos agentes económicos que, estando no negócio editorial e livreiro, não estão no mercado da cultura, que utilizam a produção e divulgação do livro como um meio e não como um fim. Os modelos de negócio que estes novos atores trazem consigo não deixa antever muito de bom para quem entende a palavra escrita, e o livro em particular, como um bem comercial, sim, mas, principalmente, um bem cultural transacionável, inestimável para a valorização intelectual individual e para o desenvolvimento sociocultural dos povos.

Os novos modelos de negócio tendem a desvalorizar os antigos e isso é patente até em eventos tão emblemáticos para o setor como a Feira de Frankfurt, onde o «grande foco da feira passará a ser o *networking*» (Coutinho. 2014).

Nada voltará a ser como antes na Feira do Livro de Frankfurt. [...] O famoso Pavilhão 8, o dos países de língua inglesa, vai ser fechado [...]. Este foi também o último ano para o *stand* de Portugal no sítio do costume. [...]. Só não vê quem não quiser ver. [...] a feira não tem a agitação de outros tempos. Há menos espaços de exposição para as editoras mas aumenta o número de pessoas que se inscreve na feira vindo de outras áreas da produção de conteúdos, como o cinema, a televisão ou a área de videojogos. (Coutinho. 2014)

Ainda a partir da reportagem de Isabel Coutinho, diz-nos Paulo Ferreira, da Booktailors, «"a Feira do Livro de Frankfurt está morta e ainda ninguém recebeu a notificação em casa [...] quando olho em volta, mesmo em termos de ideias, não vi nada de extraordinário. É mais do mesmo."» (Ferreira *apud* Coutinho. 2014)

A realidade é que estamos num momento em que todos procuram formas fáceis de obter experiências difíceis. As viagens são substituídas por excursões turísticas, nas quais a experiência do Outro é substituída por autocarros com ar condicionado e restaurantes típicos *ao gosto do freguês*. A literatura é substituída por narrativas intermináveis de pseudorromances passados em universos fantásticos, totalmente alheados do retrato do mundo real ou da construção de mundos possíveis. Desta forma, os consumidores de livros entram nas estatísticas como leitores, ignorando totalmente toda a literatura que não possa ser encaixada na viagem diária de metro.

A literatura sofre, assim, diretamente das enormes falhas de literacia dos leitores. O livro sofre, assim, irremediavelmente, com conteúdos que adulteram a sua função enquanto veículo de conhecimento, cultura, verdadeira elevação intelectual. A literacia não pode ser alheada do conjunto de práticas sociais que a acompanham. As práticas de literacia são modeladas por instituições económicas e sociais com o poder de dominarem as escolhas culturais feitas pelos consumidores, porque estes só podem escolher entre o que existe e, entre o que existe, o que lhes é dado a conhecer.

Como se caracteriza a leitura (de lazer, escolar ou profissional) em Portugal? «Um primeiro dado a reter é o significativo recuo dos não-leitores, que se situam agora nos 5% face aos anteriores 12%» (Neves. 2008: 5) num estudo de comparação datado de 1997. Estes dados mostram que Portugal não acompanha a tendência de recuo da leitura verificada noutros países europeus. Contudo, esta constatação, apesar de em si mesma ser significativa, deve ter em conta as baixas taxas de leitura da população portuguesa que só recentemente começaram a aumentar com a subida dos níveis de escolaridade.

Especificamente no tocante aos leitores de livros, um outro dado a reter é que se verificou um crescimento ligeiro dos *pequenos* leitores acompanhado de igual recuo dos *grandes* leitores, uma vez que a percentagem correspondente aos *médios* leitores permaneceu estável. Adiante-se que sete em cada dez inquiridos são *pequenos* leitores, ao passo que os *grandes* leitores se situam nos 4%. Neste aspecto Portugal segue a tendência já verificada noutros países (Neves. 2008: 6).

É verdade que o livro continua a ocupar um estatuto de exceção, do ponto de vista da indústria, pelo seu carácter simbólico, de autoridade. É verdade que mantemos com o livro uma relação que simboliza a base de toda a nossa cultura e a sua história contribui para a ideia de que a edição de livros é uma atividade eminentemente cultural. É verdade que essa vinculação histórica manteve *aparentemente* afastadas as abordagens de carácter económico. E dizemos *aparentemente* porque as editoras, principalmente as privadas, que são a maioria, nunca ignoraram o facto de que a sua sobrevivência e/ou o seu sucesso dependiam do equilíbrio entre investimento e retorno. Ao contrário do que é costume pensar-se, nem mesmo as mais *românticas* editoras foram ou são «pouco atentas às consequências das opções empresariais» (Furtado *apud* Azeredo. 2009). O que acontecia, e ainda acontece, é que, no seio das indústrias culturais e criativas, há sempre empresários que defendem que há uma grande diferença entre equilibrar as contas de uma empresa e privilegiar o lucro acima de qualquer outro objetivo. O livro pode ser um bem cultural sem ser um descalabro comercial, pode dar lucro sem viver para o lucro, pode ter sucesso sem pensar apenas no sucesso imediato. Para que o livro seja um bem cultural tem, por exemplo, de cumprir e fazer cumprir a Carta do Livro, que consiste num «conjunto de directrizes sobre o direito de todos os seres à leitura, a criação de ambiente próprio à actividade criadora dos autores, o fomento de actividades editoriais, etc.» (Faria e Pericão. 2008) Este documento, aprovado em 1971 pelo Comité de Apoio ao Ano Internacional do Livro, fixa, «em termos claros, o papel importante que cabe ao livro na educação, vida espiritual, exercício da liberdade e entendimento» (Faria e Pericão. 2008).

2.2.1. A literatura

Segundo Ludwig Wittgenstein, o significado de uma palavra não é somente linguístico, pois manifesta-se na aplicação no uso que se faz dessa palavra e na relação que a palavra estabelece com outras. Um texto funciona como uma entidade sistémica, um código que, assim, permite «haver infinitamente muitos nomes com diferentes denotações» (Wittgenstein. 2011: 108/5.535).

A aprendizagem do significado da palavra é comparável à aprendizagem de um jogo. Primeiro, as regras do jogo são explicadas e a seguir pratica-se. No caso, a prática é a leitura. É preciso ler muito e ler textos muito diversificados para que a aprendizagem se concretize, mesmo sabendo que, à semelhança de qualquer outra aprendizagem, nunca está completa, nunca está atualizada e nunca é suficiente. No entanto, este facto não invalida, antes fortalece o princípio segundo o qual «*Os limites da minha linguagem significa os limites de meu mundo.*» (Wittgenstein. 2011: 114/5.6) E, sabemos que para Wittgenstein a proposição «*mostra a forma lógica da realidade. Aponta para ela.*» (Wittgenstein. 2011: 64/4.121). «Com as proposições, porém, fazemo-nos compreender.» (Wittgenstein. 2011: 57/4.026). Portanto será a partir da palavra que desenvolvemos o pensamento sobre o mundo e encontramos realidades, mesmo que um e outras nem sempre sejam explicáveis com total clareza, pois a linguagem também «mascara o pensamento» (Wittgenstein. 2011: 52/4.002). Assim, são necessários «acordos tácitos para a compreensão da linguagem» (Wittgenstein. 2011: 52/4.002), que são alcançados através da palavra, que em texto, recordamos, edifica o código que nos permite a *tradução* do mundo. A leitura não é um processo neutro ou passivo. A leitura comporta diferenças interpretativas. Quando lemos, enriquecemos os processos de descodificação e aumentamos a nossa capacidade crítica.

A cadeia de leitura, composta pela felicidade e infelicidade do leitor não tem fim. Ao ler, acrescentamos representações do mundo ao entendimento pessoal que dele temos, mas depararmo-nos constantemente com novas palavras que implicam novas visões da realidade. É isto, por exemplo, o que nos ajuda a entender porque duas leituras do mesmo texto, mesmo feitas pela mesma pessoa, nunca são iguais. Basta que se realizem em tempos distintos, ou seja, com diferentes quantidades e qualidades de representações do mundo e, por conseguinte, por *diferentes leitores coexistentes no leitor*.

Esta intrincada relação escritor-leitor, como escreveu Alberto Manguel, teve a sua génese remota «numa tarde misteriosa na Mesopotâmia» (Manguel. 2010: 187). E a figura aristocrática do escriba nasce, publicamente, não como um *reservatório de informação* mas antes «como aquele que meramente a registava para bem da comunidade» (Manguel. 2010: 187), isto é, enquanto *figura mnemónica*. Daí que «o símbolo de Nisaba, a deusa dos escribas da Mesopotâmia, seja o estilete» (Manguel. 2010: 187). A passagem ao texto impresso, permitida pela nova tecnologia de

Gutenberg, veio substituir o manuscrito por uma forma de reprodução e difusão maciças.

É sabido que o aparecimento de qualquer nova tecnologia arrasta consigo um sentimento misto de atração e de repulsa. A questão que se coloca é se é ou não possível uma livre e harmoniosa relação com a tecnologia e, em caso afirmativo, de que modo contribui para o avanço da cultura. O primeiro entendimento de uma nova tecnologia não deve defender que conduz a civilização para um beco sem saída, como defende quem afirma que *o livro morreu*.

Façamos um breve périplo por alguns dos problemas que estão associados a esta morte do livro, sem, no entanto, nos determos nas mensagens pós-modernas que ingênua ou maliciosamente propõem várias mortes que, a serem reais, representariam sérios retrocessos para a humanidade. Passemos à frente da morte do autor ou de Deus, o que, no fundo, é a mesma morte, a de um criador e partamos em busca da *morte do texto*.

No seu ensaio «O que é um texto?» (Ricoeur. s/d: 141-162), Paul Ricoeur começa por definir um texto como «todo o discurso fixado pela escrita» (Ricoeur. s/d: 141), o que significa que a escrita, enquanto fixação de um discurso, de uma oralidade, é posterior a este. Portanto, a leitura constitui-se como referência a esse discurso prévio e cabe-lhe interpretá-lo, *compreender* o sentido inscrito no texto (pela mão do *autor*). Para isso, cada texto tem de ter uma relação com outros textos, que fixam outros discursos, e cada interpretação relaciona-se com outras, dando assim origem a uma *rede de textos*, ou, se preferirmos, aumentando *o grande texto universal* que é a *Literatura*. Um texto (literário) é sempre constituído por uma série de cruzamentos numa dada rede linguístico-cultural, produzido, veiculado ou acedido por determinada tecnologia num exato momento histórico, tanto do texto como do leitor.

Gaston Bachelard fala do mito de Prometeu¹² como um «complexo de Édipo da vida intelectual» (Bachelard. 1972: 29). O mito de Prometeu representa, assim, nessa figuração mítica do sacrifício primordial, a génese da arte, do conhecimento e, relacionado com ambos, da técnica. Uma destas técnicas primordiais é a escrita que representa uma viragem crucial na história da comunicação. Num primeiro momento, cumpre essencialmente uma função económica porque servia para efeitos de inventário

¹² Segundo o *Dicionário dos Símbolos*, o mito de Prometeu «marca o advento da consciência [...]. Prometeu teria roubado a Zeus, símbolo do espírito, as sementes do fogo, outro símbolo de Zeus e do espírito [...]. Símbolo dos tormentos de uma *culpabilidade* rejeitada e não expiada [...]. Ésquilo louva-o por ter feito uso do seu *furto*, *o fogo brilhante de onde nascem todas as artes*. (Chevalier. 2010)

e de registo de trocas comerciais, mas, posteriormente, cumpre uma função mnemónica e é essa que mais interessa à arte e ao conhecimento porque permite a partilha de descobertas e experiências.

Desde que foi inventada pelo Homem, há mais de cinco mil anos, a escrita e a implícita leitura sempre foram tecnologias sofisticadas, o que está bem patente na história labiríntica dos alfabetos. A literatura, intimamente dependente de ambas, é, também ela, uma *arte sofisticada* na procura de novas formas que expressem novos conteúdos do pensamento e do mundo em comunicação.

Dado o seu carácter comunicativo, a literatura representa sempre um jogo de comparações entre o que se escreve e lê e o que já se escreveu e leu, pelo que só pode representar

um futuro bem enraizado no passado cultural e nas memórias sempre atuais (isto é, continuamente projetadas no futuro) dos grandes *discursos vigilantes* da nossa cultura ocidental. [...]. Um leitor cuja memória esteja pontilhada não só de experiência da cultura e dos respetivos esmeros mas também da sociedade e das respetivas máculas (Martins, Manuel Frias. 2014b: 176).

O *meio literário*, ou seja, o lugar onde circulam todos os «participantes do facto literário, do escritor ao historiador da literatura, ao editor, ao crítico literário, etc.» (Faria e Pericão. 2008) relaciona-se também com o *habitus* de Pierre Bourdieu, que pressupõe a ideia dos esquemas e das disposições socialmente constituídos. Para isso, é necessário haver formas que permitam a transferência dos valores presentes nesses esquemas e disposições, é necessário haver comunicação entre os atores do meio literário e entre estes e o resto da sociedade. Por exemplo, através da educação, pois «a socialização escolar produz efeitos de socialização [...] duráveis e transferíveis» (Lahire. 2005: 23). A educação é um fator determinante para a legitimação dos produtos culturais, entre eles, a literatura, e, conseqüentemente a distinção entre *pequena e grande literatura*. É a educação que permite a transmissão de uma conceção do mundo, que só é pertinente porque é a base para a construção de novas e melhores conceções do mundo, a partir da aquisição «de gestos de estudo ou de hábitos intelectuais» (Lahire. 2005: 23). Com estas aquisições, a educação permite também «um sentimento pessoal de importância (de autoestima elevada) [...] a todos aqueles que a ela se conformam» (Lahire. 2005: 23).

Na base da grande literatura está, naturalmente, o *belo*. Manuel Frias Martins, num estudo sobre o único prémio Nobel de Literatura português, defende que «palavra *belo* será inseparável de uma escrita forte, sem compromissos à facilidade, rica de sugestões e profunda no conhecimento da experiência» (Martins, Manuel Frias. 2014b: 31). Ainda no mesmo estudo, Frias Martins desenvolve esta noção, afirmando que o estado poético, primeira exigência para produzir e reconhecer o belo, abre

uma via de manifestação da poesia como algo que se liga menos a um modo de exclusiva expressão artística e mais a um *modo imediato de apreender a realidade* na sua constância e simultânea impermanência, bem como a uma *forma bela de existência das coisas*, ou a uma busca da beleza, de toda e qualquer beleza, onde quer que ela se manifeste ou se dê a ver (Martins, Manuel Frias. 2014b: 56).

As práticas de leitura e o gosto pelo belo constroem-se à nascença, talvez até antes, uma vez que a cultura das famílias de origem, não sendo um fator decisivo, é certamente um fator que influenciará o meio em que a criança se irá desenvolver. Sabemos também que os estudos parecem indicar que é a partir dos 14 anos (Neves, Santos e Lima. 2012: 58) que desenvolvemos ou não uma prática de leitura determinante para o nosso futuro de *leitores adultos e sérios*. No entanto, pensamos poder defender que a nossa relação com a literatura ganha contornos definitivos quando somos jovens adultos, até porque, para muitos dos futuros *leitores maduros*, este período da vida é sinónimo de formação superior. Quer essa formação superior seja ou não na área das humanidades, o certo é que é nesta idade que, em geral, descobrimos novos horizontes culturais que funcionarão como novas fronteiras que, correndo tudo bem, os futuros adultos não se cansarão de alargar.

Essas novas fronteiras apresentam-nos a novos territórios. Seja porque as áreas de estudo que escolhemos nos ativam a curiosidade e nos apresentam novos campos de conhecimento; seja porque vamos viver para novas cidades ou novos países e passamos a ter novas ofertas culturais; seja porque viajamos mais e aumentamos desta forma o conhecimento do outro; seja porque criamos novos círculos de amigos que nos introduzem a novos estilos de vida; seja porque encontramos professores especiais que nos fazem ganhar um carinho especial por certas áreas do saber... Seja qual for a razão,

o certo é que, enquanto jovens adultos, definimos os adultos que seremos e tudo o que contribui para isso tem um peso determinante.

Estudar a leitura literária no ensino superior implica a preocupação com o processo de produção de sentidos, com as respostas individuais aos textos e com as operações envolvidas no ato de interpretação literária. Implica também conhecer a forma como se ativa um conjunto de competências determinantes para a leitura profunda de textos literários, até porque:

Regardless of the acknowledged importance of the reader's role in the meaning making process of a literary text, in the university context, many of the literary literacy skills that students activate in a given situation, in order to interpret a literary text, are not determined only by their individual choices, motivations, and interests. (Baleiro. 2011: 16)

Dois elementos parecem ser determinantes na construção e desenvolvimento dessas competências: os currículos e os professores. Em conjunto, currículos e professores vão incutir nos alunos as necessárias aptidões críticas, culturais e técnicas, ou seja, a literacia.

Literacy is much more than the individual capacity of processing written information in daily life as it is commonly defined. [...] literacy is above all a social nature, it is culturally sensitive, and it is always embedded in a specific situation and context. This is why definitions of literacy are so broad and heterogeneous. (Baleiro. 2011: 17)

A literacia, este processamento contínuo e criativo do texto escrito, pode ser (e é) revelado durante a leitura de um texto literário. No entanto, embora o contexto em que ocorre molde grande parte da construção desta literacia, não a determina na totalidade e, na maior parte das vezes, isso é positivo. A consolidação da literacia deve permitir que outras dinâmicas, já existentes, interfiram, tais como o carácter, a experiência, as heranças e o historial de leituras do indivíduo.

Assim, presume-se que o leitor, *no seu todo*, desempenhe um papel vital no processo dinâmico que é o da produção de sentido. Isso, no entanto, não significa que os leitores devam responder aos textos exclusivamente a partir de um ponto de vista

subjetivo. O significado de um texto literário pode ser instável, mas não cabe ao leitor *corrigir* o padrão de significado escolhido pelo autor. «When reading literary texts, the reader have to be reflective, attentive and select information in order to confirm hypotheses in an ongoing interaction with the literary text.» (Baleiro. 2011: 18)

Um texto literário é frequentemente caracterizado pela ambiguidade, ou por aquilo a que preferimos chamar de *diferentes níveis de sentido* que podem ser conjugados de diferentes maneiras e, por isso, oferecem múltiplas possibilidades de significados. Não obstante esta *liberdade*, o que tem de estar sempre presente no ato da leitura literária é uma *atitude estética*. Uma atitude estética que seja capaz de contextualizar os textos literários e seus autores histórica e culturalmente e, por esta via, realizar leituras intertextuais.

Uma obra literária é uma criação humana que põe em movimento ideias, sentimentos, vivências, experiências do mundo que nos falam de um lugar único, mas que conosco constantemente *dialogam* no espaço comum da experiência da vida. (Martins, Manuel Frias. 1993: 56)

Os livros são suporte e veículo de tudo isto e tudo isto são conteúdos nobres que devem ter um suporte e um veículo a condizer. Por isso, num livro, a forma, o tamanho e os materiais usados são importantes para a sua compreensão estética e para a sua interpretação global. Não queremos com isto defender que um livro de literatura tem de ser necessariamente em papel para toda a eternidade. Se o livro digital anula a relação física que o leitor tem com a capa, as guardas, a dimensão e o material do livro físico, também pode ajudar a revelar e a esconder informação, a obter novos conteúdos paralelos ou complementares que permitam reproduzir ou intensificar sensações e emoções.

O movimento e o som, dois elementos potencialmente *escondidos* num livro digital, são dois exemplos de recursos que, efetivamente, beneficiam um texto literário que, já de si, é textual e visual. É preciso apenas saber criar literatura com base nestas novas possibilidades e aprender a lê-las. O livro digital só será o parente pobre do livro em papel se repetir a fórmula do livro impresso, pois perde o sentido material que o objeto oferece. Mas o livro digital pode, entendido como um novo suporte, potenciar o texto literário que suporta e veicula e respetiva leitura.

A forma de ler está a mudar, especialmente nos públicos mais jovens. Estes jovens são já nativos digitais e leem de forma fragmentada, devido à interação entre texto e hipertexto, e não de forma linear. Para além disso, acedem, num único suporte, a uma combinação de vários tipos de comunicação: vídeos, livros, música, jogos... A esta leitura transmédia junta-se uma leitura multitarefa quando se acrescentam as conversas nos chats, a receção e envio de SMS e de e-mails... e, em simultâneo, podem ainda ver TV e ouvir música e, quem sabe, estar presentes num almoço de família. Conforme afirma Manuel Castells:

A potencial integração de texto, imagens e sons no mesmo sistema, interagindo a partir de múltiplos pontos, num tempo escolhido (real ou passado) numa rede global, em condições de acesso livre e a preço módico, muda, de forma fundamental o carácter da comunicação. (Castells. 2002: 432)

Dito assim, tudo isto parece ser incompatível com a literatura e lê-lo-á, pelo menos para certos tipos de literatura, mas já existem textos literários compatíveis com este tipo de leitura, ou melhor, textos literários que fazem de tudo isto *componentes literários*¹³. Os leitores não têm forçosamente de diminuir a leitura em suporte físico, ou, pelo menos, a culpa não pode ser unicamente depositada na era digital, podem, simplesmente, passar a ler nos dois suportes. Mais importante ainda, podem escolher qual o suporte mais adequado a determinado livro ou a determinada situação de leitura.

Atualmente, a família, a escola, a biblioteca e as livrarias são contextos sociais e pedagógicos privilegiados para dar à criança uma aproximação ao universo dos livros. A interação das crianças e jovens com produtos culturais de qualidade promove a identificação de modelos discursivos, linguísticos e sociais, capazes de potenciar a leitura como forma de fomentar a literacia que, por sua vez, potencia a leitura.

O contacto com ambientes e eventos de qualidade permite aos jovens tomar consciência de que a literatura tem um profícuo potencial de as fazer interrogar, desenvolvendo nos seus destinatários capacidades idênticas, advindo, desta interação, a construção de um pensamento crítico, reflexivo e criativo. (Martins. 2011: 7)

¹³ Meramente a título de exemplo, indicamos a novela *Wasteband*, de Patrícia Portela (Caminho, 2014), e o conto «9. Os Grilos, 1'52"», in *Inventário do Pó*, de Joana Bértholo (Caminho, 2015).

A cultura deve ter como objetivo formar indivíduos com uma visão plural e incluir todas as formas de arte. A cultura potencia «o desenvolvimento da criatividade, da imaginação, do pensamento reflexivo e crítico, que podem ter uma repercussão significativa na modificação da vida cognitiva dos sujeitos» (Martins. 2011: 520).

2.3. O livro enquanto objeto: livro em papel e livro digital

Só enquanto veículo de conteúdos é que o livro se torna uma espécie de organismo, uma totalidade significante. Em si, o livro não quer dizer nada, só funciona se, *através dele*, passarem intensidades, multiplicidades que nele se introduzem e que, assim, se *metamorfoseiam* numa espécie de corpo. Isto não significa que, mesmo anulando sujeito e objeto, o livro não possa conter intensidades, mas essas intensidades existem apenas em potência e só são capazes de ganhar existência se se consubstanciarem numa *espécie de frase*, da qual o sujeito é o autor. Como um espetáculo, um quadro, uma composição musical, uma escultura, o livro, *enquanto matéria não significa nada*, precisa de ser recebido/lido para ganhar existência, uma existência que é social porque implica um conjunto de relações que só são possíveis em sociedade.

O ato de escrever, de traduzir conceitos em tinta e papel, é apenas um ato maquínico, embora essencial porque inaugura toda uma cadeia de atos que culminará no leitor, ou melhor, naquilo que o leitor se tornar e fizer com o que leu. Ao livro, que em si não é nada, podemos atribuir infinitas possibilidades porque, num determinado ponto de um livro podemos fazer relações com outros livros, com outros temas. Desta forma, multiplicamos as suas possibilidades, passa a ter um *plano de consistência*, que é o tema tratado, e esse tema pode ser desconstruído, se o conectamos a outros temas, tornando-se uma nova construção, ganhando uma nova entidade. João Luís Lisboa problematiza esta questão da seguinte forma: «temos de prestar atenção ao modo como os textos se moldam a suportes diferenciados, e a leitura também. Em todo o caso, é certo que a palavra livro não está presa ao livro em papel. Como é também certo que os textos não existem sem suporte» (Lisboa *apud* Baptista. 2014: 161).

O livro, na sua essência, é sempre multi, trans e interdisciplinar. As suas relações disciplinares, tal como no mundo social, natural e cultural, acontecem de forma fragmentada, de modo que cada livro é entendido como um facto isolado, porém interligado e inserido numa rede de relações que lhes dão sentido e significado. O livro é uma *máquina literária* que «entretém como uma máquina de guerra, uma máquina de amor, uma máquina revolucionária etc. – e como uma *máquina abstrata* que as arrasta» (Deleuze e Guattari. 2000: 11). A questão maquínica do livro fundamenta-se num «*plano de consistência* das multiplicidades» (Deleuze e Guattari. 2000: 16), mas uma multiplicidade limitada porque é pertença de uma *rede de contactos* com outros conceitos e são os fios dessa rede que possibilitam a movimentação entre conceitos. As intensidades criadas por essa rede são potencialmente infinitas, embora tenham de circular entre os fios-conceitos convocados por determinado texto. Estabelecem-se linhas de fuga que permitem ligar esse fio a outros, temas contidos no livro que fazem conexões com outros temas e este é um movimento eterno.

2.3.1. *O livro em papel*

O livro em papel é um «conjunto de cadernos, manuscritos ou impressos, cosidos ordenadamente e formando um bloco» (Faria e Pericão. 2008). Devido ao aparecimento do livro digital, parente próximo do livro em papel e que com ele partilha muitas das características que definem um livro, seja ele em papel ou digital, estamos numa altura em que muito se fala da estrutura do livro. Por isso, é importante pensar o livro, no caso, o livro em papel, quanto à sua construção. Em termos morfológicos, o livro em papel exportou quase tudo para o livro digital, pois ambos têm, ou podem ter: «folhas de guarda, anteportada, portada, contraportada, página de dedicatória, sumário, folhas que dividem os capítulos [...] notas, apêndices, bibliografia, índices, cólofon, a encadernação e as partes que a integram» (Faria e Pericão. 2008). No entanto, no livro em papel, também ganham significado «o corpo da obra, em bloco ou em colunas, o corpo da letra e a sua disposição na página» (Faria e Pericão. 2008), pois, ao contrário do livro digital, estes elementos são fixos e não podem ser alterados pelo leitor.

Na inevitável comparação com o livro digital, procura-se perceber e valorizar as diferentes concretizações e contextos de um e de outro e damos particular atenção ao

objeto em si. Agora, temos novas razões para considerar o que faz do livro em papel um objeto único e damos uma renovada atenção às funções desempenhadas pelo papel, a sua cor, a sua textura, pelo peso e pelo cheiro da matéria física que compõe o livro em papel. Ter *amor aos livros*, aos objetos, implica considerar o seu peso, o seu toque, o seu cheiro. O objetivo é, como descreve Susana Moreira Marques, citando João Luís Lisboa, ter «entusiasmo de primeira vez» (Lisboa *apud* Marques. 2014).

Portanto, preocupamo-nos também mais com o resultado do trabalho do designer, a quem cabe o esforço de escolher a melhor disposição do texto e das imagens, de utilizar o tipo e o corpo de letra mais convenientes à leitura de determinados conteúdos. Ao editor cabe a responsabilidade de integrar todas as contribuições e imaginar o objeto final na sua totalidade, considerando o modo como vai ser apreendido pelo leitor, dando um novo relevo ao seu potencial operativo e simbólico, enquanto «objeto fundador da civilização e da constituição do Homem moderno» (Silva e Madureira. 2010: 10).

O livro funciona também enquanto espaço performático, o que «permite a expansão da produção editorial para modelos menos convencionais de receção dos conteúdos» (Gonçalves. 2013: 118). Sendo, em si próprio, um espaço performático, a receção de um livro depende muito das suas qualidades ergonómicas. Portanto, ao dar atenção à ergonomia dos objetos físicos que são os livros em papel, estamos a dar importância às consequências da interação que o leitor tem com ele. Ao mesmo tempo, ganhamos uma nova via de estudo para entender o livro em papel como um verdadeiro produto artístico-cultural, contribuindo para que os livros deixem de ser objetos monótonos, estáticos, pouco questionantes ou estimulantes. É aqui que entra uma subdisciplina da ergonomia, a ergonomia cognitiva.

A Ergonomia Cognitiva envolve fatores como a perceção e o processamento de informações e o seu objetivo é transpor o conhecimento sobre o comportamento humano para objetos – no caso, materiais, mas poderiam ser imateriais – compatíveis com as capacidades dos seres humanos. A ergonomia cognitiva implica a existência de uma interface amigável caracterizada pelos seus níveis de usabilidade e coerência (adequação ao utilizador), entre eles, a facilidade de comunicação e de uso, o que transmite segurança ao utilizador. Tradicionalmente, a ergonomia cognitiva associa-se a programas de computador¹⁴, mas facilmente podemos importar os seus objetivos para os

¹⁴ Dada esta natureza da ergonomia cognitiva, regressaremos a ela quando trabalharmos o livro digital, mas quisemos deixar aqui patente a nossa opção em considerar que esta ciência deverá ser tida em conta no momento de projetar um livro em papel.

livros em papel, pois estes também pretendem ser satisfatórios, agradáveis, divertidos, interessantes, motivadores, esteticamente apreciáveis, compensadores e emocionalmente adequados. Portanto, um *projeto de edição* implica dar ao livro uma «forma gráfica, coordenando técnica e esteticamente os elementos que a constituirão; para isso tem que tomar-se em consideração o tema e a sua extensão» (Faria e Pericão. 2008). É em função de um determinado projeto de edição que se decide a *arquitetura do livro*, ou seja, os componentes definidores do grafismo do livro, tais como as dimensões, o corpo e o tipo de letra, a entrelinha, a mancha de texto, a delimitação e o tipo de separação entre partes e/ou capítulos, etc.

O advento da impressão, permitiu, como referiu Marshall McLuhan, em *A Galáxia de Gutenberg*, separar a tecnologia medieval da moderna. O livro em papel tornou-se no «primeiro “bem” ou “artigo de comércio” a repetir-se ou reproduzir-se uniformemente» (McLuhan. 1977: 177). Numa primeira fase, a mecanização da palavra impressa possibilita produzir de um modo quase idêntico os melhores manuscritos, alterando profundamente a produção, transmissão e receção do livro. No entanto, o livro impresso é, mesmo atualmente «o herdeiro do manuscrito» (Chartier. 1997: 136).

Segundo Roger Chartier (1997: 138-139), na história da leitura registaram-se duas mutações fundamentais. A primeira (séculos XVI-XVIII) consiste na passagem da leitura oral à leitura silenciosa, facilitada pela introdução da separação entre as palavras. A segunda grande mudança acontece no século XVIII, quando se passa de uma leitura intensiva a uma leitura extensiva. O leitor intensivo está limitado às leituras transmitidas de geração em geração, na qual se inclui a leitura dos textos sagrados, por exemplo, enquanto o leitor extensivo passa a ser mais eclético. Esta passagem da leitura intensiva para a leitura extensiva é acompanhada pelo aumento da produção de livros, o aparecimento do livro de pequeno formato, o aumento das tiragens¹⁵, a redução do preço do livro e o aparecimento das bibliotecas itinerantes.

Já no século XIX, e desta feita em Portugal, observam-se

alterações profundas na recepção e democratização da literatura [...]. Outras modalidades de edição e leitura: com subscrição (listas finais com subscritores que antecipadamente se comprometiam a comprar uma dada colecção [...]),

¹⁵ Quanto à questão das tiragens, será pertinente registar que estas constituem um dos maiores problemas do livro em papel porque estão intimamente relacionadas com o sucesso dos livros: quanto maior é o sucesso do livro, maiores são as tiragens, menor é o custo de impressão e, conseqüentemente, maior é o lucro da editora, ou, no início do livro impresso, da tipografia.

livrarias, bibliotecas e gabinetes de leitura, cafés e botequins, audição pública. [...] Publicidade em jornais e revistas.» (Rodrigues. 1999: 9)

Foi também nesta altura que o marketing ganhou uma nova proporção com a política de «descontos para compras volumosas, e política de ofertas, brindes» (Rodrigues. 1999: 13). Com esta abordagem verdadeiramente industrial à edição, também a própria literatura se alterou com a aposta nos géneros literários mais vendáveis: «o romântico de má qualidade. [...] "a escrita rápida, leitura rápida" [...]. Edições específicas para utilizadores de comboio "ao violento assoviar da locomotiva não pode resistir um romance longo"» (Rodrigues. 1999: 13). Como se constata, estamos perante um momento de alargamento de hábitos de leitura, o que é francamente positivo, mas, infelizmente e como é norma, os níveis de gosto não o acompanharam.

Uma análise do que é o livro em papel enquanto bem cultural não pode prescindir de números. Já neste século, nos anos mais recentes, vemos que a oferta de novos títulos em suporte papel a diminuir «sem que, aparentemente, seja “compensada” pela edição de e-books (embora esta tenha registado um forte crescimento a partir de 2010 devido à aposta dos editores na edição em ambos os suportes, impresso e digital)» (Beja, Santos e Santos. 2014: iii).

Estes últimos anos, a par desta diminuição dos títulos editados, foram pautados pela já referida concentração das editoras de grande e média dimensão (grupos Leya e Porto Editora) e pelo encerramento de pequenas editoras. Este conjunto de fenómenos contribui para o estreitamento dos canais de publicação tradicionais, pelo que estamos num momento em que se assiste «ao aumento do fenómeno da autoedição/edição de apenas um título (de um autor ou de uma instituição) e do *print on demand*» (Beja, Santos e Santos. 2014: iii). Esta impressão a pedido deve-se também ao desenvolvimento da impressão digital que permite, hoje em dia, a impressão de cópias em papel em pequenas quantidades com preços já não muito distantes dos da impressão tradicional.

Continuando a acompanhar este estudo de Rui Beja, Jorge Alves dos Santos e Jorge Augusto dos Santos, intitulado *Comércio Livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*, ficamos ainda a saber que, quanto ao número de empresas com atividade principal de comércio a retalho de livros, ou seja, as livrarias, «a tendência negativa é bem mais nítida [...] e em 2012 o número de empresas é o mais baixo de toda a série, 562, o que significa menos 132 do que em 2004» (Beja, Santos e

Santos. 2014: iii). Este cenário é semelhante ao da edição, cujo pico no volume de negócios se situa, em 2009, em €145 milhões (Beja, Santos e Santos. 2014: iii), ficando «em 2012 com €126 milhões, ou seja, menos €19 milhões» (Beja, Santos e Santos. 2014: iii).

Em comparação com a União Europeia, Portugal diverge negativamente da média. Entre 2008 e 2011, a redução do número de empresas a operar no mercado do livro desce 9,1%, o que «contrasta com o crescimento médio verificado na UE (de 15%)» (Beja, Santos e Santos. 2014: iii). A variação é igualmente negativa, mas menos acentuada, quando avaliamos o volume de negócios. Em Portugal, e para o mesmo período, o volume de negócios decresce 2,7%, enquanto a média da União Europeia estabiliza num crescimento anémico de 0,3% (Beja, Santos e Santos. 2014: iii).

A evolução do volume de negócios do retalho (aqui apenas para o livro não escolar e para a amostra abrangida pelo painel da GfK) confirma a tendência continuada de queda a partir de 2009, ano em que era de €174 milhões, que se prolonga a 2013, com €147 milhões, ou seja, o conjunto das empresas que constituem a amostra abrangida por esta fonte (que se estima representar cerca de 75% a 80% do mercado total, sendo que a parte restante inclui as livrarias independentes) diminuiu em cerca de €27 milhões, ou seja, 16%. (Beja, Santos e Santos. 2014: iii)

O setor do livro em papel enfrenta, assim, em Portugal, grandes desafios e apela à atenção das entidades responsáveis, nomeadamente, no que se refere a outras mudanças: a das livrarias virtuais, que conquistam fatias cada vez maiores do mercado e sufocam as livrarias tradicionais, e a tendência para a redução dos preços dos e-books. Muitos editores temem que este último fator possa alterar a perceção do público quanto aos reais custos envolvidos na produção de um livro. Por um lado, porque, do ponto de vista das editoras, os e-books prescindem apenas da impressão e do armazenamento, mantendo todos os restantes custos do processo de produção. Por outro lado, porque, se se pretender explorar todas as possibilidades oferecidas pelos e-books, os custos de produção poderão mesmo aumentar, uma vez que implicam a integração de novos agentes, como os programadores informáticos. As editoras veem-se, assim, perante um conjunto de pertinentes questões:

Como entender a publicação impressa, com todos os seus procedimentos protocolares, perante a esperança de conhecimento livre potencializado pela *web*? Diante de uma crescente atomização e desmaterialização dos conteúdos, porquê este retorno à produção editorial que procura dar sentido ao que é o livro? (Gonçalves. 2013: 239)

Esta realidade não é necessariamente má, antes nos força a reinterpretar os suportes tradicionais, como o livro em papel, e nos leva a forçar os limites de todos os suportes e meios disponíveis.

Formatos e métodos antigos podem e devem interagir com outros, novos e complexos. «Já imaginaram o que se pode fazer com o *Ulisses*, com a *Divina Comédia*? As possibilidades são infinitas. E eu mal vejo a hora de as poder desfrutar.» (Silva, José. 2012: 65)

Cabe às editoras, em primeiro lugar, mas também aos restantes decisores e mediadores, tirar partido de ambos os suportes. Podemos retirar grandes vantagens da coabitação destes dois suportes, pois, ao mesmo tempo que se vão conhecendo e dominando as potencialidades do livro digital, podemos promover a autonomia e a diferenciação do livro em papel. Tudo isto a ser considerado em perspetiva, tomando consciência de que o «livro em papel não é um irreduzível gaulês» (Lisboa *apud* Baptista. 2014: 162). Os editores, idealmente, deverão poder considerar ambos os suportes no momento de projetar um livro, pois poderão optar apenas por um deles ou por ambos, consoante o tipo de conteúdos que têm em mãos.

2.3.2. *O livro digital*

Assim como a fotografia libertou a pintura, também o livro digital pode libertar o livro em papel. Todavia, na fase inicial que vivemos, o livro digital ainda parece estar *contra* o livro em papel e esta luta «não é inócua, nem indolor» (Lisboa *apud* Baptista. 2014: 162). Temos combatentes acérrimos de um lado e de outro, e não só enquanto editores mas também enquanto leitores podemos, e devemos, posicionar-nos, procurando compreender as mudanças, pois «o sentido crítico também implica entender

que nada muda nem permanece apenas porque se decreta» (Lisboa *apud* Baptista. 2014: 162).

O livro digital partilha ainda muitas das características do livro em papel, como acontece, aliás, com novas tecnologias que, numa primeira fase, se limitam a imitar o seu antecessor imediato. Veja-se o exemplo dos primeiros livros impressos que procuram seguir de perto as características do livro manuscrito, indo até ao ponto de acrescentar as iluminuras de forma manual. Por conseguinte, o livro digital dos dias de hoje, que poderemos considerar que está ainda no seu início de vida, limita-se a maior parte das vezes a reproduzir os PDFs que constituem o formato a enviar para a gráfica para a impressão de um livro. Há, naturalmente, alguns e-books que já utilizam muitas das ferramentas que o seu formato permite, como a possibilidade de verificar o significado de uma palavra ou aceder a uma fotografia, ou a um vídeo ou áudio. Há até alguns livros digitais que são o único formato disponível para determinado título e são já pensados de raiz para o seu formato digital. Mas o que continua a ser norma é o livro digital ser uma versão do livro em papel, bastante pobre, que tem como únicas vantagens ser um pouco mais barato, não ocupar espaço na estante e ser muito mais fácil de transportar.

Continuamos a poder ler inscrições em pedra, barro ou papiro, assim como continuamos a poder ler livros manuscritos ou impressos da primeira geração, mas, tal como já é difícil encontrar um computador que leia disquetes, não sabemos se os e-books de hoje continuarão a poder ser lidos com os aparelhos do futuro próximo. As tecnologias digitais são, por definição, efémeras, permanentemente substituídas por versões mais atualizadas, o que é um bom argumento para que o livro em papel coabite com o livro digital, sem risco de desaparecer nos tempos mais próximos: «o livro, tranquilo, vai resistindo, como cada vez mais títulos publicados no mundo» (Guedes *apud* Costa. 2012: 43).

Parece-nos, todavia, que o livro digital, ou eletrónico, veio para ficar. Vejamos a definição que nos é dada pelo *Dicionário do Livro*, de Maria Isabel Faria e Maria da Graça Pericão (2008):

aquele em que as palavras ou códigos foram substituídos pelos de uma outra linguagem ou código legível por máquina [...]. Apresenta alguns inconvenientes, como a possibilidade de ocorrerem avarias, perda de bateria, exigindo assistência técnica frequente; contudo, o transporte é mais fácil [...]; além disso, representa

uma economia apreciável dos recursos naturais [...]; permite uma actualização automática e uma interactividade mais funcional que o livro tradicional [...]. Livro em forma electrónica. Usa-se por oposição a livro impresso (Faria e Pericão. 2008).

Do nosso ponto de vista, se o livro em papel é já um espaço performático, muito mais o é o livro digital. Interessa-nos pensar práticas editoriais que testam os limites físicos ou tecnológicos do livro e as convenções usuais num ou noutro formato. O livro é sempre um *acontecimento* e não um objeto passivo que serve apenas de suporte às representações do mundo. A leitura é também um ato performativo, pois empresta ao livro uma outra realidade, ativa o conteúdo do livro, fá-lo passar a existir. Seja esse conteúdo palavras, imagens ou outros signos, seja num formato digital ou em papel, é a leitura que retira o livro de uma existência meramente material. É uma potencialidade, como já tivemos oportunidade de referir no início deste capítulo. O objetivo é dar-lhe profundidade e aumentar as suas dimensões, transformar cada título num objeto único e unicamente pensado para uma obra específica. O leitor é parte integrante desse objeto único e é chamado para estabelecer uma relação performativa, através da sua leitura, participando com ela na construção dos significados propostos pela obra.

Não falamos aqui de histórias interativas, aquelas em que «o autor partilha com o leitor o controlo da narrativa» (Faria e Pericão. 2008), falamos apenas da própria leitura, pois, se ela é já determinante no livro em papel, muito mais o será no livro digital porque neste o leitor tem muito mais opções de otimizar a sua leitura, otimizando com ela o potencial do livro. Tomemos o exemplo da leitura académica. Num livro em papel, podemos optar ou não por ler as notas de rodapé ou por consultar um índice onomástico, mas num livro digital podemos optar ou não entre muitíssimas mais informações escondidas mas imediatamente acessíveis, o que é particularmente útil para este tipo de leitura. A leitura linear será muito menos interessante num livro digital e adequa-se, pela sua própria natureza, muito mais ao tipo de leitura das novas gerações, pois, como já vimos, é uma leitura tendencialmente fragmentada e que lida em simultâneo com vários tipos de textos em vários formatos.

O livro digital força-nos a questionar o livro em papel e a procurar definir o próprio livro, levando-nos a constatar que, afinal, um objeto que nos é tão familiar, pode despertar tantas (novas) questões. Como afirma Rui Zink, o livro digital pode

repetir a fórmula do livro impresso, com riscos de perder o sentido material que o objeto oferece. Mas pode, entendendo o novo suporte, encontrar-se um equilíbrio entre as duas plataformas, escutar o novo suporte e arriscar. O digital pode dizer o mesmo que o livro em papel ou pode dizer aquilo que só o digital pode dizer. É preciso saber o que se quer dar a ler e como potenciar essa leitura. (Zink *apud* Brites. 2013)

«Com o ecrã, substituto do *códex*, a transformação é mais radical, visto que são os modos de organização, de estruturação, de consulta do suporte da escrita que estão alterados» (Chartier. 1997: 136). Essa *transformação radical do livro digital* implica níveis muito mais elevados de *ergonomia cognitiva* do próprio livro, até porque há uma maior resistência natural por parte dos utilizadores perante um novo sistema. As pessoas reclamam quando muda alguma coisa, pois já automatizaram suas ações perante aquilo que já conhecem. «É um tempo certamente interessante, mas ainda não sabemos onde vamos. E temos de nos adaptar a grande velocidade. [...] Mudam os meios e muda a relação entre os meios» (Lisboa *apud* Baptista. 2014: 163).

Mas as pessoas podem aprender, e aprendem, de duas formas: através da instrução ou, através da ação a partir da resolução de problemas, numa aprendizagem por descoberta. Todos os sistemas deveriam facilitar os dois tipos de aprendizagem, mas enquanto o livro em papel é mais conveniente na instrução, o livro digital sê-lo-á para a aprendizagem por descoberta. O livro digital opera uma revolução da leitura e são várias as alterações que podemos identificar de imediato: a materialidade do objeto-livro; as relações de contiguidade entre os conteúdos, que, potencialmente, deixam de existir para passarem a ser fruto da livre composição de fragmentos de textos; deixa de existir aquela espécie de apreensão imediata que muitos leitores têm perante o volume de texto, que está imediatamente à vista no livro em papel; passa a ser mais eficaz a navegação no texto, etc.

Isto obriga a definir novas maneiras de ler e novas relações com a escrita e as novas técnicas de conceção e composição de um texto. A hipertextualidade direta passa a ser a norma e não a exceção com blocos de palavras e/ou imagens unidos em diversos trajetos possíveis, levando, e até estimulando, o leitor a percorrer a informação de uma forma não sequencial. O hipertexto estende-se numa rede de ligações que possibilita descobrir informação dispersa, com recurso a imagens, sons, filmes, etc. Nem mesmo a noção de hipertexto será clara, pois, no interior destes sistemas que constituem o livro

digital, é possível passar com a mesma facilidade de um nível verbal a outro não-verbal. Estas duas novas vertentes da textualidade aparecem a partir da introdução dos conceitos de *nós (links)* e *redes (webs)*, ou seja, do texto passam a fazer parte os conceitos de *indexação*.

O livro digital também não tem, necessariamente de ser prejudicial à literatura, pois coloca à sua disposição um *admirável mundo novo*, enquanto liberta o livro em papel para poder ser integrado, também ele, na composição de um texto com vista ao formato tradicional. O escritor pode preparar o seu texto com vista ao livro digital ou em papel, ou pode optar por compor um texto que permite diferentes leituras consoante o suporte em que será lido. Quer associar uma banda sonora ou pretende que o leitor interrompa uma frase porque tem de mudar de página? Quer levar o leitor por vários caminhos narrativos opcionais ou pretende colocá-lo perante o desconforto de folhear um livro sem quebras de capítulos?

Novos desafios foram abertos, nomeadamente, o de saber como situar na longa história do livro, da leitura e da escrita, a revolução do livro digital. A diferença entre *programador e utilizador*, entre *produtor e consumidor*, e até mesmo entre *autor e leitor* é atenuada através da convergência de muitas das ações destas entidades naquilo a que Julia Gillen e David Barton (2010: 5) apelidam de *multiliteracias*. O leitor digital pode, por exemplo, submeter o texto a múltiplas operações (fazer índices, anotações, cópias, divisões de texto, recomposições, etc.), pelo que, mesmo sem interagir com as possibilidades narrativas que lhe são ou não abertas pelo sistema, a distinção, fortemente marcada no livro impresso, entre escrita e leitura, entre autor e texto, desaparece para dar lugar a uma outra, que tem ou convoca diretamente outras vozes. O leitor, desde sempre *performer*, se atendermos ao facto de que sempre se adaptou às orientações de leitura ditadas pelo livro em papel, está agora em condições de (re)criar um texto novo a partir do que lhe é *sugerido* em cada fragmento de texto. O leitor ganha em liberdade de ação na construção de uma nova lógica hermenêutica, o que tem como consequência a alteração do paradigma da criação e da receção literárias.

O *hiperlivro* potenciado no e-book não tem de possuir um número de páginas nem uma sequência linear desde o princípio ao fim, previamente definidos pelo *livro em papel* e assim previstos no momento da criação literária. Perante este novo conceito de *textualidade não-linear*, transforma-se a figura do leitor num *navegador-performer* que inaugurará novos comportamentos hermenêuticos. *Cibercultura* e *ciberespaço* – de criação e de receção – ligam milhões de computadores numa rede onde convergem

todos os meios de comunicação, pelo que há também uma *ciberescrita* e uma *ciberleitura*, que cria novos laços entre criadores e recetores.

Citando Jakub Macek, Erick Felinto caracteriza o conceito de cibercultura em quatro sentidos fundamentais:

1) cibercultura como projecto utópico; 2) cibercultura como interface cultural da sociedade de informação; 3) cibercultura como práticas culturais e estilos de vida (uma noção propriamente «antropológica») e 4) cibercultura como uma teoria da nova mídia. (Felinto. 2007: 4)

Cabe a cada um de nós decidir se vivemos ou não numa *cultura* em que tudo se comunica e em que tudo é informação, o que é particularmente compatível com formatos como os das redes sociais e dos blogs mas muito incompatível com a arte. De qualquer das formas, não podemos ser a avestruz que esconde a cabeça na areia para ignorar os novos estilos de vida, as novas práticas e os problemas antropológicos ligados às tecnologias digitais. Teremos certamente de nos dedicar a analisar comportamentos e interações sociais e a discutir os prós e contras da cibercultura e da *ciberarte*, ou dos *ciberprodutos criativos*, onde os livros digitais de literatura estão obrigatoriamente incluídos. Esta reflexão não será simples, até porque nesta *cibercultura pós-moderna*, deixou de existir «a primazia da teoria como *metanarrativa* explicadora, ela passa a ser apenas mais um discurso entre outros» (Felinto. 2007: 6).

Presentemente, câmaras digitais, programas de edição de texto, áudio e vídeo, o Photoshop e toda uma panóplia de tecnologias do *faça você mesmo* parece ter expulsado os criadores e os mediadores da arte, da cultura e do conhecimento, do centro para uma periferia tida como elitista e paternalista. O que é até compreensível, pois se todos podemos *fazer tudo à nossa maneira e do nosso gosto*, para quê procurar ou estar disponíveis para o que os outros fazem, descobrem, produzem ou sugerem? Porquê *legitimar com a nossa humildade* aquilo que outros fazem, aceitando que eles têm um conjunto de valências que nós não temos?

A realidade parece dar uma resposta bastante clara neste momento: não precisamos de criadores nem de mediadores. Não, não legitimamos os outros com a nossa deferência. Não, somos totalmente autossuficientes. Felizmente, é aqui que este novo pseudoparadigma da criação esbarra com um paradoxo: se pode ser verdade que todos nos entendemos como *criadores*, porque escrevemos e publicamos quantos livros

digitais quisermos (ou encomendamos um) em que a heroína tem o nome da nossa sobrinha, para oferecermos no Natal (apenas porque não temos tempo para fazer um de raiz), é também verdade que todos almejamos o *reconhecimento do outro*, o sermos lidos, vistos e ouvidos. Podemos considerar que não precisamos de reconhecer ninguém, mas queremos ser reconhecidos, queremos que o nosso blogue tenha milhares de seguidores e que cada aforismo que postamos no Facebook tenha milhares de gostos.

A mudança é inevitável e, perante ela, a resposta mais sábia não é queixarmos e choramingarmos, mas enfrentá-la e lidar com ela. Para isso, temos de nos sentir todos, desde já, muito gratos, por ainda haver criadores dignos desse nome, que ainda investem tudo na busca de uma nova obra, e por ainda haver mediadores que ainda se esgotam a procurar conhecer tudo para poderem sugerir-nos o trigo já separado do joio. Estaremos a dar pérolas a porcos? Não. Estamos apenas a evitar que as pérolas se extingam e que os porcos passem a ser o topo da pirâmide evolutiva.

Não devemos superestimar o impacte das tecnologias digitais, em geral, e do livro digital, em particular. A influência da tecnologia não deriva de um único meio, como o e-book, mas da influência de uma variedade de tecnologias no processo social de publicação de livros. Ao reduzir os custos de distribuição, estabelecendo relações diretas entre proprietários e consumidores de conteúdos, ao conectar os utilizadores com fontes de conteúdo quase infinitas em todo o mundo, a Internet transformou radicalmente a produção e distribuição de conteúdo.

Outras tecnologias relacionadas estão a ter também um grande impacte. Com a digitalização (a capacidade de reproduzir cópias perfeitas dos ativos de conteúdo) e tecnologias capazes de comprimir o conteúdo digital para uma distribuição eficiente, o caminho está aberto para a pirataria em grande escala e a violação de direitos autorais. Novas oportunidades são sempre decorrentes da aplicação de novas tecnologias.

A crescente relevância da leitura de conteúdos digitais em suportes digitais deixa antever transformações sucessivamente mais profundas no mundo do livro, envolvendo todos os seus protagonistas e todas as dimensões da cadeia de valor da edição. Ainda que ao atual pico de expectativas favoráveis à rápida adoção massiva de suportes digitais de leitura venha a suceder, como é usual em produtos inovadores, um período de abrandamento e uma subsequente estabilização a um nível intermédio, nada ficará como dantes. *O livro digital veio para ficar*. A edição digital fomenta o surgimento de *novos atores* e *novos modelos do negócio*, mesmo que tal não signifique que o livro em papel deixe de constituir uma componente insubstituível da atividade editorial.

Se não promover a maleabilidade, que é outro nome para a sofisticação e diversificação das portas de acesso, a digitalização confundir-se-á com o seu parente pobre, a reprodução fotográfica em suporte duro. Também a cópia fotográfica pode ser transportada connosco sem estarmos dependentes do lugar e do horário da biblioteca e isto sinaliza como a digitalização ficará aquém do desejável se se distinguir deste outro tipo de reprodução apenas por ser mais leve e por ser menos incómoda na bagagem. (Dionísio. 2008: 3)

José Afonso Furtado apresenta um outro aspeto fundamental: a dificuldades na interação de vários estratos sociais com as novas tecnologias e, portanto, no acesso a conteúdos, serviços e recursos informativos.

Esta situação, que não pode deixar de contribuir para acentuar as disparidades sociais, tem sido genericamente designada por *digital divide* (que traduziremos por «fractura digital» [...]. [...] dois grupos de cidadãos: os que possuem a «melhor tecnologia da informação disponível na sociedade» e os que a não possuem, considerados «menos favorecidos» e dispendo por isso de «menores possibilidades de beneficiar das oportunidades de educação, formação, entretenimento e comunicação disponíveis *on-line*». (Furtado. 2007: 99)

Esta *fratura digital* divide os que têm e os que não têm acesso ao mundo digital, os que sabem e não sabem utilizar as novas tecnologias e os que possuem ou não banda larga. Este fenómeno está na origem de novas formas de desigualdade social e de uma diferenciação social, económica e cultural cada vez mais complexa. A atual revolução digital obriga a refletir sobre *outros tipos de literacia*, que envolvam não apenas a capacidade de ler e escrever ou efetuar cálculos, mas que tenham em conta «o acesso e a capacidade de manipulação dos *media* digitais» (Furtado. 2007: 106).

O problema não se coloca apenas do lado da leitura mas também é notório quanto ao *design da escrita*. «Assim, parece conveniente distinguir entre literacias que implicam competências técnicas de base, [...] é necessária uma literacia mais aberta e complexa» (Furtado. 2007: 108). Esta literacia tem, nas palavras de José Afonso Furtado, três níveis progressivos de competências:

O primeiro refere-se ao «controlo do acesso à informação» [...], o que significa acesso técnico aos dispositivos informatizados, avaliação, triagem, utilização eficaz e crítica da informação; o segundo é a «literacia do acesso à informação», [...] a utilização autónoma, crítica e criativa da informação; por fim, a «literacia da informação», que supõe um nível de literacia geral, um conhecimento dos *media*, uma equação de considerações éticas e uma integração social [...] (Furtado. 2007: 109).

O livro digital, por si só, não determina a alteração dos modelos de escrita e de leitura nem implica a *morte do livro* como vem sendo anunciado por alguns. Esta nova tecnologia transforma a comunicação do texto literário, mas não o destrói, obviamente. Também não implica a *morte do autor*, «mas um profundo movimento de reconfiguração das práticas, aprendizagens, economia e modos de produção editorial» (Gonçalves. 2013: 219). A *imaginação coletiva*, promovida pela literatura, deixa de estar confinada a um sistema de proximidade física – a mesma escola, o mesmo bairro, o mesmo país – e passa a ser possível em inúmeras outras combinações culturais, geográficas, ideológicas.

Continuaremos a descobrir nos livros, sejam eles em papel ou digitais, «a poesia e o pensamento requintado, personalizado, voluntariamente atípico» (Jouanard. 2013: 17).

PARTE II

O EDITOR

3. A FIGURA DO EDITOR AO LONGO DA HISTÓRIA DO LIVRO

A História do Livro, apesar do modo preciso como define o seu objecto, cobre uma área consideravelmente vasta e plural. [...] Faz-se História do Livro quando se discute o modo como certos textos funcionam, considerando as suas circunstâncias culturais e sociais, o que significam para quem os «usa» e como são «usados». [...] Pode-se também ainda trabalhar sequências de publicações, ou identificar agentes e actores envolvidos, os que escreveram, os que imprimiram, os que promoveram, os que distribuíram, os que escolheram e os que leram [...]. O que é interessante está nos problemas que se colocam (Lisboa *apud* Baptista. 2014: 160).

Refletir sobre a figura do editor¹⁶, e conseqüentemente da edição, ao longo da história do livro, implica abordar a evolução do conceito de edição e de editor. Implica também referir a responsabilidade inerente ao facto de um editor ser um mediador cultural da sempre poderosa palavra e do seu suporte privilegiado: o livro. Além disso, é importante rever o modo como ambos se desenvolvem – *palavra e livro*.

O texto chega ao editor com uma história própria exclusiva e a sua primeira responsabilidade é para com o próprio texto e a sua história. Desde o primeiro momento, o editor terá de abrir uma plataforma de diálogo com o texto, garantindo que esse texto específico é *respeitado* na sua essência em todo o processo de produção e acedido com integridade pelo leitor final. Portanto, «por trás de um livro, a anteceder-lo, havemos de reconhecer um grupo de homens dedicados à leitura e ao culto do texto com tudo o que ele configura» (Nascimento. 2010: 4). Todos estes *homens* assumem a função de editor, mesmo que as suas funções preencham diferentes fases de produção do livro.

O livro, seja um produto cultural ou um produto de entretenimento, isto é, um bem de consumo de entretenimento, é sempre um *produto industrial* e, portanto, regido por uma economia de mercado. Se a tarefa de criar um conteúdo passível de ser

¹⁶ Neste capítulo, a figura do editor é entendida nas suas diferentes vertentes que serão sucintamente descritas no subcapítulo 3.1.1.

transformado em livro pertence ao autor, a sua transformação, de original a produto comercializável, é tarefa do editor.

As funções do editor são todas intelectuais e industriais – como, aliás, defendemos que o são para qualquer outro mediador cultural. Quando um editor seleciona um texto, espera que o seu *valor* venha a ser reconhecido como uma mais-valia, tanto cultural como comercial. Esse texto original deverá resultar num produto cujas vendas sejam suficientes para gerar um equilíbrio financeiro para a empresa ou a instituição em que trabalha. Naturalmente, editores de organismos públicos não terão a *pressão das vendas* da mesma forma que os editores de empresas privadas, mas terão, ainda assim, a pressão de verem os textos que selecionam serem reconhecidos como tendo inquestionável valor patrimonial.

Portanto, cabe ao editor assumir a responsabilidade de todas as fases de produção de um livro, com vista a ajustar o produto final à intenção original do autor e às expectativas do mercado e do leitor a quem esse livro se destina. Esta responsabilidade passa pelo acompanhamento de todas as fases intermédias: integrar o original selecionado numa determinada linha editorial, definir a arquitetura geral do livro e supervisionar o processo de produção, divulgação e venda, contribuindo ainda para a correta receção da obra. A sua responsabilidade corresponde também ao apertado acompanhamento da revisão e da edição, da paginação e da definição da linha gráfica, da impressão e da distribuição.

O seu trabalho será sempre norteado pelo principal objetivo de harmonizar o que o autor pretendeu transmitir ao criar o texto com o que o leitor irá compreender do modo como esse conteúdo lhe é transmitido. O editor procurará obliterar qualquer elemento que possa defraudar as legítimas expectativas quer do autor quer do leitor e, ao mesmo tempo, optar por todos os elementos que possam tornar a relação entre autor e leitor, mediada pelo livro, mais proveitosa e sincera para ambas as partes.

Uma obra de arte não tem existência nem função para além dos seus efeitos no observador humano. E a arte – tal como os jogos, as artes populares ou os meios de comunicação – tem o poder de impor os seus próprios pressupostos ordenando a comunidade humana em novas relações e atitudes. (McLuhan. 2008: 247)

O meio de McLuhan é também a mensagem, isto é, os suportes da comunicação e as tecnologias utilizadas para transmitir conteúdos são determinantes para o modo como esses conteúdos são concebidos, produzidos e recebidos. No caso do livro, este é forçosamente «um decalque: decalque de si próprio já, decalque do livro precedente do mesmo autor, decalque de outros livros quaisquer» (Deleuze e Guattari. 2008: 47). O livro, o homem e o mundo coexistem em perfeito *jogo interativo de influências* mútuas.

O livro tem milhares de anos de história, se encarado enquanto algo que pretende *fixar o mundo*, mesmo antes da invenção da escrita. O livro terá tantos anos quantos os atribuídos à fala, à comunicação consciente, questionante e criadora do próprio mundo que procura entender, reproduzir e influenciar. Assim, a entidade *autor* – o que cria –, a entidade *editor* – o que medeia – e a entidade *recetor* – o que recebe – têm exatamente a mesma idade, mesmo que as respectivas ações/funções só recentemente tenham ganhado a clareza que lhe são reconhecidas atualmente. O livro é imbuído, desde o início, de um caráter sagrado, porque o livro é a palavra, seja ela oral ou escrita, e a palavra é, desde sempre, inaugural e divina. Por isso, uma delicada questão se levanta: como reproduzir, com o devido respeito, a palavra? Principalmente quando o livro, mesmo nos momentos de acesso mais ou menos exclusivos da sua história, pretende sempre divulgar o seu conteúdo por um número mais ou menos alargado de recetores.

A *existência única* da obra de arte de que fala Walter Benjamin a propósito da *reproduzibilidade* remete para o autor, enquanto criação, mas é a partir do momento em que a obra sai da esfera do autor que «a voz perde a sua origem, o autor entra na sua própria morte, a escrita começa» (Barthes. 1999: 49). Este é já o momento de construção de um objeto passível de ser transmitido a outrem e este objeto é já meio e mensagem, partilhando a esfera da mediação e receção. Mesmo antes de sair das mãos do autor, o autor é já substituído pela figura do editor e do leitor, pela entidade que tem a responsabilidade de tratar o texto para ser lido e pela entidade que o lê. Este editor, ainda autor, é, por isso, ainda emissor e «sofre sempre a frustração de não poder comunicar o que pretende porque a comunicação faz-se apenas por sombras e aproximações» (Luhmann. 2001: 41). Esta é a primeira de muitas frustrações que o outro editor, o não autor, terá de mediar, e terá de o fazer em simultâneo com a mediação da sua própria frustração, a de nunca poder estar certo de «ter percebido os mecanismos da transmissão» (Nascimento. 2010: 1).

A Idade Média representa o auge dos livros manuscritos e de uma relação sacralizada com estes objetos. Na época, os livros eram predominantemente produzidos no seio da Igreja e na sua maioria eram dedicados à palavra sagrada da fé. Assim sendo, o termo *mediação*, ou uma forma aproximada, surge apenas no Renascimento pela mão do bispo Giovanni dei Busi, em 1469 – *mediae tempestatis* –, e tem um sentido pejorativo que permanece em períodos posteriores, pois esta *mediação* é considerada um *intervalo* entre os dois mundos valorizados: o clássico e o humanista. Como se dez séculos de História (séculos V-XV) pudessem ser um buraco negro, no qual a humanidade inadvertidamente caíra e do qual saíra sem qualquer alteração para repegar o momento em que estava antes de cair. A Idade Média é um período fundamental para a História do Livro, pois nela o *verbo é criador e criação*, Deus e Cristo são verbo feito carne. O próprio livro é *carne*, porque é reflexo e hermenêutica da palavra divina. Por isso, ler é ruminar, interpretar é assimilar, escrever é despojar-se de tudo para se transformar na *mão de Deus* que dita os ensinamentos tal como estes devem ser absorvidos.

Entre o início do Cristianismo e o século V havia já cinco séculos de história cristã e nunca o Cristianismo foi a única religião vigente, pelo que a «medievalidade assistiu a uma reelaboração da herança que lhe chegou [fosse clássica/pagã, cristã ou bárbara], através de um duplo movimento de adopção e adaptação» (Barbosa. 2008: 70). Por esta razão, e segundo J. A. Burrow (1982: 28-30), o prestígio da palavra oral, diretamente herdado dos Bárbaros, manteve-se vivo nos cristãos medievais através das leituras performativas/públicas, nas quais se liam textos híbridos, influenciados pela ancestral poesia, tão apropriada à memorização em sociedades sem escrita, e pela prosa, apenas encetada com o uso vulgarizado da escrita.

No que respeita à edição, esta é uma época muito rica de informação e permite frequentes e estreitas relações com a realidade atual. As cópias dos manuscritos eram realizadas num *scriptorium* e o copista concentra em si todas ou muitas das tarefas de edição, pelo que havia diversos tipos de copistas. O copista é também compilador, comentador, tradutor, autor (embora esta figura fosse inexistente na época). Os erros eram corrigidos nas margens (de um modo bastante similar à revisão tipográfica atual) e faziam-se comentários que, muitas vezes, se simulava terem sido escritos por outros, como forma de os justificar/prestigiar (o que em muito se assemelha aos presentes prefácios, posfácios e notas de rodapé).

Os textos eram todos anónimos porque todas as cópias pretendem apenas reproduzir o ancestral conhecimento divino e porque toda a obra é imperfeita em

comparação com a obra de Deus. Imperfeitos são, assim, todos os copistas que, como homens que são, são autores menores em comparação com a palavra divina proveniente do *autor único e inaugural*. Não existindo um autor, também não existe um original, pelo que a noção de plágio também não existe, mesmo que a cópia não seguisse escrupulosamente o texto de origem. A cópia serve apenas para transmitir o que se considera importante para as gerações futuras, podendo, inclusive, compilar, misturar e deturpar os textos que pretende salvaguardar e reproduzir fielmente.

Se os livros eram fiéis depositários da palavra criadora e, por essa razão, sagrados, também a leitura teria de corresponder adequadamente a essas exigências e, portanto, a leitura é ruminante (ler em voz muito baixa/*bichanar*), apelando à memória e sendo uma forma aproximada da oração. Em termos meramente pragmáticos, a leitura ruminante servia ainda para ultrapassar a ausência de códigos de leitura, uma vez que não havia um sistema de pontuação.

Nos séculos XII-XIII surgem as universidades e com elas uma circulação muito mais alargada de manuscritos. E a necessidade de uma maior quantidade de livros significa a otimização dos processos de fabrico, pelo que passamos a ter cópias simplificadas e com materiais mais baratos. O livro torna-se economicamente mais acessível e todas as tarefas necessárias ao seu fabrico passam a escapar ao controlo quase monopolista do *scriptorium* dos mosteiros e profissionalizam-se, aproximando-se gradualmente dos processos mais tarde usados pela imprensa. As línguas vernáculas ganham lugar na cultura escrita ao longo da Idade Média e assiste-se a um alargamento da alfabetização, incluindo a burguesia e as mulheres. Surge a figura de narrador que não é ainda o autor, tal como o viríamos a entender posteriormente.

sucedendo ao Autor, o *scriptor* não tem já em si paixões, humores, sentimentos, impressões, mas sim esse imenso dicionário onde vai buscar uma escrita que não pode conhecer nenhuma paragem: a vida nunca faz mais do que imitar o Livro e esse Livro não é ele próprio senão um tecido de signos, imitação perdida, infinitamente recuada (Barthes. 1999: 52).

O livro, principalmente o medieval, é, também, como afirma Mary J. Carruthers (Carruthers. 1990: 58), uma enciclopédia, um organizador de conhecimento (sagrada a mensagem – o conhecimento –, sagrado o suporte – o livro –, sagrado o meio – a escrita). O livro permite a manutenção da Memória (sinónimo de saber de *cor/saber de*

coração), enquanto espaço de arquivo, de verdade, de autoridade. O livro é a *biblioteca* que reúne todo o saber importante, permitindo a total assimilação, por parte do recetor, desse saber, *incorporando-o* e, por esta via, aumentando as probabilidades da sua salvação.

No manuscrito convergem saberes e relações com os textos; habitualmente, não é um simples instrumento individual, pois tem uma relação comunitária e nele subsiste todo um mundo que há que reconstituir. [...]. Habitou-nos mal a cultura do livro impresso: recebemos o livro todo feito e não curou a escola de entendê-lo no seu processo; tornou-se vulgar como produto e evitou-se pensar que, por se ter tornado quotidiano, ele necessita de ser reconhecido e explicado para se tornar estimado. [...]. Por se ter tornado acessível, o livro impresso, a não ser em casos particulares, deixou de ser objecto de análise. [...]. Algo diferente acontece com o livro manuscrito: forma ele, cada um deles, um universo marcado pela singularidade. (Nascimento. 2010: 5-6)

Os livros manuscritos coexistiram com os impressos, mesmo depois da introdução dos caracteres móveis de Johannes Gutenberg (1454-55), e mantiveram-se até ao século XVIII, sendo preferidos pelos que pretendiam dirigir-se a uma elite. Como afirma Julia Crick e Alexandra Walsham (2004: 45), em todos os momentos de grandes saltos tecnológicos, uma classe de poder, sempre tendencialmente conservadora, terá reavivado o prestígio do livro manuscrito em detrimento do inovador livro impresso. Os primeiros exemplares impressos procuravam mesmo seguir as normas do livro manuscrito, chegando a ter iluminuras artesanais, não só porque as técnicas de impressão ainda não permitiam nada semelhante mas também porque o objetivo era *copiar* o livro manuscrito. Os primeiros tipógrafos eram também os proprietários das tipografias, concentrando todas as tarefas de edição, o aconteceu durante muito tempo, sendo ainda hoje possível encontrar este tipo de editor.

No início da imprensa, o preço dos livros impressos era ainda muito elevado porque os custos de produção de um livro também o eram. Isto contribuiu para que os manuscritos se mantivessem economicamente competitivos, até porque o surgimento das universidades e o aumento de classes alfabetizadas tinham já forçado a indústria da cópia manuscrita a encontrar processos de produção mais baratos e rápidos. De qualquer forma, a tipografia conquistou grande influência no modo de produção dos livros e

promoveu o livro a bem de consumo, transformando-o num meio de comunicação de massas.

As técnicas de impressão mantêm-se praticamente inalteradas desde a sua invenção até ao século XIX. Nesta altura, a mecanização dos processos de impressão permite o surgimento de publicações periódicas e estas tiveram um importante papel na difusão da leitura e do livro, pois alargaram significativamente o mercado. Os pontos de venda também proliferaram e livros e periódicos partilham-nos. Assim como hoje os livros se vendem em hipermercados e papelarias, no século XIX podiam vender-se em drogarias...

Os editores sempre se preocuparam com o mercado. Assim como os primeiros tipógrafos-editores produziam muitas bíblias porque era um produto de venda garantido, no século XIX descobriram um novo nicho inicialmente trabalhado pelos jornais: os folhetins. Segundo Ernesto Rodrigues (1999), o surgimento do folhetim nos anos 30 do século XIX provocou alterações profundas na receção e democratização da literatura. Antecedente da radionovela, da fotonovela, da telenovela e da atual literatura de entretenimento, os folhetins são também descendentes da literatura de cordel, mantendo o mesmo registo, explorando a ambiguidade entre ficção e realidade, como, aliás, também acontece com um outro sucedâneo mais recente: os *reality shows* e os videojogos.

Se os editores sempre se preocuparam com o mercado, o mercado editorial sempre precisou de conquistar o seu lugar no mercado que viria a ser o das indústrias culturais. Por isso, o mercado editorial sempre perseguiu novas modalidades comerciais, como, por exemplo, as subscrições, em que os leitores antecipadamente se comprometiam a comprar uma dada coleção. Além disso, estabeleceram parcerias com jornais e revistas, nomeadamente através de publicidade paga sob a forma de opiniões de críticos literários, e com livrarias, bibliotecas, grémios e gabinetes de leitura, cafés e botequins, encetando um «contacto quase pessoal» (Rodrigues. 1999: 9) com os seus leitores.

Mas as estratégias de marketing abrangem também as modalidades de vendas a *prestações*, através de folhas, cadernetas e fascículos ou através de descontos para compras mais volumosas. Outra característica transversal ao mercado editorial do século XIX e o atual é, por exemplo, os géneros literários que se descobriram como sendo os mais e os menos vendáveis: «o romântico de má qualidade vende muito, a poesia e o drama vende muito menos» (Rodrigues. 1999: 12).

As editoras estão também, tanto no século XIX como na atualidade, atentas às condições específicas de leitura da sua época. Se, no presente, há o que se pode chamar *livros para ler no metro*, no século XIX havia livros para os utentes do comboio. O comboio terá sido também muito importante para a própria distribuição dos livros, pois, também como agora, a distribuição sempre foi um dos maiores problemas do mercado do livro. Os editores viram, assim, no comboio, uma forma de ultrapassar os obstáculos inerentes a um Portugal que, no século XIX, era um país sem estradas, sem transportes e com correios incipientes.

As semelhanças entre o século XIX e o presente incluem ainda as tiragens, geralmente modestas e, por isso mesmo, maiores tiragens prestigiavam os autores, principalmente nos casos em que essas tiragens superiores à média diziam respeito a obras elogiadas pela crítica. Modestos são também os níveis de literacia, os quais podem ser aferidos sabendo quem tem «biblioteca e como se forma; os títulos de nobreza, de toga, de magistério ou de comércio» (Rodrigues. 1999: 7-8). Na época, e agora, os *níveis de literacia* existentes definem o nível cultural de um país.

Atualmente surgem novas questões relativas às literacias que é necessário considerar. Internacional, as políticas culturais atribuem uma importância muito considerável aos níveis de literacia, pois estes revelam as competências exigidas para o «desenvolvimento dos indivíduos e das sociedades» (Neves, Lima e Borges. 2008: 5)¹⁷. No entanto, estas competências inserem-se agora em *novos ambientes de comunicação*, incluindo o universo dos jogos.

este posicionamento da problemática ludológica no centro da nossa cultura contemporânea e a constatação de que, hoje, o lúdico nos acompanha para todo o lado, cruzada com a questão técnica, tornou urgente que a Academia olhe para este objecto de estudo e este campo do humano como área científica fundamental. (Teixeira. 2007: 2)

Serve esta citação para ilustrar as dificuldades ao abordar estas temáticas na atualidade. Sabemos todos quanto é exigente olhar o espelho e discernir o que é realidade e o que é simulacro, o que é *texto* e o que é *interpretação*. Como nos diz Luís Filipe Teixeira, no trecho acima referido, a realidade tornou «urgente que a Academia

¹⁷ A presente pesquisa abrangeu os 30 países que compõem atualmente a OCDE.

olhe para este objecto de estudo e este campo do humano como área científica fundamental». Mesmo que este estudo se concentre no campo dos videojogos, o certo é que todos os campos das chamadas indústrias culturais atuais precisam da atenção premente do olhar científico. Sem esse olhar, o prejuízo será gritante, tanto para a sociedade como para a academia.

A academia trabalha privilegiadamente com o cânone – o que, numa abordagem simplificada, poderá ser descrito como a *cultura*, o modo como, num dado território geográfico e/ou humano, se define e se reconhece o que é *culturalmente e/ou esteticamente válido*. No entanto, é também necessário que a academia se debruce sobre o confronto entre esses *clássicos* e aquilo que podemos identificar como as obras mais inovadoras e periféricas que orbitam esse *centro canónico*. Até porque, esta é uma altura em que as indústrias culturais procuram *construir prognósticos* acerca das obras novas que, de entre as inovadoras, poderão vir a conquistar um lugar num futuro cânone que, embora lentamente, está sempre em evolução. Em nosso entender, a academia tem também a função de *supervisionar* os outros dispositivos públicos e privados de legitimação, como é o caso dos prémios literários e da crítica. A academia pode ainda encontrar as formas e as fórmulas que impeçam os *jogos de influência* das indústrias culturais de fazer ascender autores e obras medianos, apenas porque este *pseudo-reconhecimento* é mais uma estratégia de promoção.

Pelo que se depreende que é na relação tensa entre cânone e inovação que se alcança um nível médio, *um nível médio de gosto*, que permite a entrada e a saída de obras da estruturante lista de um dado cânone. Deste modo, um ambiente narrativo

de novas funções de interacção, criou condições para novas discussões sobre as relações, por um lado, entre autor, texto e leitor (por exemplo, no âmbito das teorias sobre a autonomia do leitor); e, por outro, sobre as novas formas de «contar histórias» no contexto de um novo média (Teixeira. 2007: 3).

No que ao livro e à edição diz respeito, esta nova geração de meios e técnicas e o decorrente surgimento de leitores que são já *nativos digitais*, quase exclusivamente educados a apreender o mundo através de ecrãs, estimulou revolucionárias e rápidas inovações por parte do mercado editorial. Hoje é quase obrigatório disponibilizar os livros em suporte digital, embora a mais importante alteração até ao momento se tenha operado principalmente no campo da divulgação – com os já obrigatórios sites das

editoras e a sua presença constante e atualizada nas redes sociais – e da comercialização – com as lojas virtuais. As inovações tecnológicas não são ainda muito visíveis na criação ou na produção de conteúdos, propriamente ditos, uma vez que consideramos que é ainda cedo para falar em novos géneros literários. No entanto, é já notório que os videojogos, por exemplo, podem ter narrativas cada vez mais intrincadas e com níveis de densidade ficcional consideráveis.

A crescente variedade de livros digitais coexiste com um livro em papel revigorado neste início do século XXI e a verdade é que o livro digital é um dos suportes possíveis para as obras, mesmo as literárias. Entendemos, todavia, que este facto não tem necessariamente de ser motivo de decréscimo do nível qualitativo destas obras nem dos seus suportes. Quer pensemos na criação, quer pensemos na reprodução, divulgação ou receção, livro digital e livro em papel possuem diferentes potencialidades que deverão ser utilizadas, conscientemente, em consonância com os interesses do criador, do mediador e do recetor. Isto é verdade nos produtos de puro entretenimento mas é ainda mais verdade nas obras de cariz artístico, como podemos constatar na arte digital, que facilmente se integrou nos livros em papel, nomeadamente na ilustração de livros para a infância. Este exemplo demonstra que a utilização cada vez menor de técnicas tradicionais em nada prejudicou os livros em papel para crianças e jovens, muito pelo contrário, em nossa opinião.

Os dois suportes, o livro em papel e o digital podem coexistir amistosamente e podem mesmo coadjuvar-se em benefício dos respetivos conteúdos literários. Isto porque, num futuro próximo, um editor poderá optar pelo suporte que mais se adequa à obra, sem ter de se adaptar às limitações de um ou outro suporte. Tanto poderemos introduzir sons e imagens, por exemplo, num livro de poesia, como disponibilizar extensos ensaios de uma forma mais funcional e adequada à investigação. Poderemos igualmente explorar as texturas no livro em papel, por exemplo, mas também o próprio ato físico de ler um livro, passando a dar uma muito maior atenção à ergonomia do livro em papel. A distribuição do texto na página, por exemplo, pode *conduzir premeditadamente* a apreensão do texto e, com isso, valorizar a obra e a sua receção. Todas estas tarefas competem aos diferentes colaboradores que compõem a cadeia editorial, sendo que esta *cadeia editorial*, no fundo, corresponde apenas à divisão das funções do editor, promovida pela especialização inerente ao desenvolvimento tecnológico da indústria do livro. Como nos diz o editor Francisco Vale,

o destino do livro impresso depende da configuração psíquica das novas gerações, da sua habituação à leitura em ecrãs, um processo em que a plasticidade neurológica surge configurada pelas novas tecnologias de informação, os jogos de computador, e consola e as artes de vanguarda ligadas ao vídeo (Vale. 2009: 23).

Autores, editores e leitores, todos terão dificuldades e facilidades na sua relação com o livro digital que são inerentes a qualquer outra *revolução tecnológica*. Como em qualquer outro momento de mudança cultural e civilizacional, dependerá dos seus intervenientes, a título individual e coletivo, crescerem ou diminuírem perante a mudança. O autor, mesmo o escritor mais tradicional, saberá certamente manter o vanguardismo inerente ao ato de criação e saberá entender as novas formas de leitura que agora se disponibilizam. Essas formas novas de leitura não são mais do que reflexo de um mundo que o criador sempre pretenderá descodificar, tanto a nível de conteúdo como de forma.

É verdade que os editores atuais deixam de ter o *exclusivo da seleção* daquilo que é publicado, *i. e.*, tornado público, devido, nomeadamente, à proliferação de blogues, que muitas vezes funcionam (apenas) como as editoras e as livrarias a que os seus autores não têm acesso. Mas é igualmente verdade que estes mesmos editores têm um novíssimo campo de ação que lhes permitirá contribuir energicamente para a valorização daquilo que selecionam e tornam público. O seu trabalho continuará a contribuir para a elevação dos níveis de literacia e de gosto dos leitores, caso assumam a responsabilidade inerente às funções sociais que desempenham e se saibam opor à ditadura das vendas. Com o seu trabalho, os editores continuarão a participar na construção do futuro cânone, que virá a ser *decidido* pela academia e posteriormente *institucionalizado* pelos decisores políticos.

Assim, as funções do editor não diminuem com o advento do livro digital e podem mesmo aumentar. Se é verdade que os autores podem difundir os seus livros através da autopublicação – o que, aliás, sempre foi possível com as edições de autor –, também é verdade que os problemas de edição e de leitura se multiplicam (ordenação dos conteúdos, expedientes gráficos, identificação e otimização dos modos de ler, relação entre receção visual e sonora...). É necessário fazer um profundo trabalho de investigação e análise por forma a construir as melhores soluções para cada um dos problemas decorrentes da edição digital, tanto os já diagnosticados como os muitos que

surgirão nos tempos mais próximos, como sempre acontece quando nos deparamos com uma inovação tecnológica desta envergadura. Esse é o primeiro papel do editor: entender os livros como produtos complexos que são.

Quanto mais capazes e bem formados forem os editores, mais se aproximarão dos corajosos cartógrafos mencionados por Erick Felinto:

Se no alvorecer da modernidade era natural o assombro com as vastidões dos territórios misteriosos, inexplorados e não mapeados, hoje o que nos inquieta é o desconforto de habitar uma «mediasfera» complexa e ainda à espera de seus corajosos cartógrafos. (Felinto. 2007: 1-2)

Quanto mais se assumirem como determinantes mediadores de saberes artísticos ou científicos, mais se tornarão parte integrante do processo revolucionário em curso, e que ocorre diariamente, pois

O primeiro acto revolucionário é aprender. [...] cada homem que aprende, cada homem que ensina, dá o contributo da sua existência para a ascensão geral, ao mesmo tempo que deixa impressa no processo a marca da sua passagem pelo mundo, da sua percepção dele. (Hatherly. 1979: 154-155)

É essa a mais definidora tarefa de um indivíduo, enquanto elemento de uma sociedade, mas, como «vivemos num mundo que ainda não aprendemos a olhar» (Augé. 2005: 34), terá esse indivíduo de se reportar àquilo que já sabe olhar para que, na sua travessia pelo presente, possa ter a bagagem suficiente para escolher o futuro. Desta forma, qualquer indivíduo, com destaque para os que protagonizam os diversos tipos de mediações culturais, edificará novas concepções e novas abordagens ao atual momento civilizacional e cultural. O que esse(s) indivíduo(s) não deve(m) é permitir que a grande diversidade de meios de comunicação e cultura, e respetivos suportes, diminua a mensagem, nas novas formas de interação com o meio e a técnica, mesmo que o meio e a técnica possam vir a alterar o criador, a sua criação e o seu recetor.

Theodor W. Adorno tinha um entendimento pejorativo da indústria da cultura (Adorno. 2003), e manteria certamente essa sua opinião perante a massificação promovida pelo atual *contexto industrial da cultura*:

olhando-se ao espelho, a cultura de massas é sempre a mais bela em todo o reino. [...]. O pré-digerido instala-se, justifica-se e estabiliza-se, ao apontar, a todo o momento, para aqueles que não conseguem digerir mais nada a não ser pré-digeridos. (Adorno. 2003: 63)

No entanto, é reconhecível que há atualmente uma muito maior acessibilidade aos bens culturais (ou seja, uma maior democratização cultural), incentivando, devido a esse muito mais fácil acesso, a própria criação. Teremos, todavia, de estar muito atentos, uma vez que os novos média e os profundamente alterados média tradicionais podem também implicar profundas alterações potencialmente nocivas à própria arte.

A sociedade, no seu todo, nunca fica calada e quem fala por ela somos todos e cada um de nós. O livro do futuro poderá abandonar o suporte de papel ou mesmo não ter qualquer suporte, mas a sociedade deverá ser capaz de assegurar a existência de mediadores entre a criação, a reprodução e a receção de qualquer obra criada no seu seio. A decisão do que se publica, do que se torna público e do modo como isso sucede, existirá sempre, pelo que o editor – *o que lê o que está escrito e o que será lido* – manter-se-á. Cabe ao meio literário e editorial – criadores, mediadores e recetores – decidir se são apenas as leis do mercado a cumprir com esta função ou não.

3.1. A atual rede de competências do editor

À semelhança de muitas profissões atuais, também o editor é polivalente. A sua função principal é supervisionar todo o processo de produção de uma edição, que consiste num «Conjunto de exemplares [...] obtido a partir de uma só matriz» (Faria e Pericão. 2008). No caso de uma primeira edição, o processo é naturalmente mais complexo e envolve várias etapas e um número considerável de intervenientes, como veremos ao longo deste subcapítulo. É também função do editor supervisionar o processo das reedições.

Em Portugal, considera-se ser uma reedição, mesmo que se trate apenas de alterar um mínimo de dados da ficha técnica, como o número da edição, a data de impressão ou a tiragem. Este tipo de reedição deveria chamar-se reimpressão, pois uma

reedição implica a existência de alterações mais substanciais, que vão desde a correção de gralhas ou outro tipo de lapsos até uma revisão mais profunda, como é o caso das atualizações em livros técnicos, por exemplo. Editar é um processo muito abrangente e é aqui que entra a polivalência do editor. Este pode intervir em maior ou menor grau, mas é sempre o responsável por todo o processo que consiste em «Conceber, planear e preparar o conteúdo de um livro, em cooperação com o autor.» (Faria e Pericão. 2008)

Editor vem diretamente do latim *editor* e significa *aquela que produz*. Esta definição, originalmente, indica também o editor como sendo um *autor*, o que terá certamente a ver com as tarefas desempenhadas por esta figura desde o aparecimento do livro até à invenção da impressão com caracteres móveis de Gutenberg. Só com a industrialização do processo de produção do livro se criaram as condições necessárias para a individualização das diversas tarefas e respetivos agentes. *Editor* é também a entidade singular ou coletiva que assume a impressão de livros e respetivos custos e que tem a responsabilidade da produção, divulgação e difusão de um documento. Até ao século XIX, o editor é, em geral, também o tipógrafo e o livreiro. O editor é ainda o *mediador* entre o autor e o mercado. Em suma, o editor

concebe e planeia o livro ou uma série deles, procura e escolhe os originais, determina o tamanho, forma da edição e todos os seus pormenores, dirige a sua execução material e divulga as suas publicações pelos mercados que podem estar interessados nelas (Faria e Pericão. 2008).

O estudo das funções do editor e dos agentes que operam no setor da cultura foi tardio e apenas impulsionado pela «expansão da sociologia da cultura nas últimas duas décadas» (Martinho. 2008: 3). Em primeiro lugar, porque o aumento de pesquisas neste setor é «largamente devedor da maior atenção conferida, nos anos 90, às políticas culturais pelas administrações central e local» (Martinho. 2008: 3). Outra razão que contribui para esta ausência de estudos relativos à edição, no geral, e ao editor, em particular, deve-se também ao facto de as profissões culturais serem um *grupo heterogéneo*, com muitas especificidades, «por nele caberem domínios e ocupações com maior ou menor ênfase na criação, difusão e conservação, e ainda pela diversidade de funções em causa (artísticas, técnico-artísticas e de intermediação)» (Martinho. 2008: 4-5).

A segunda metade do século XX assiste a um forte crescimento das indústrias culturais devido, principalmente, à prosperidade verificada no Ocidente, o que aumentou o tempo de lazer e os níveis de educação, alterando os modelos de consumo. Surge, portanto, uma verdadeira indústria de novos bens de consumo, adaptados a estas novas características do mercado. À medida que este mercado cresce, cresce também o interesse dos decisores políticos e começam a surgir políticas diretamente dirigidas às indústrias culturais. A própria UNESCO¹⁸ reconhece a dimensão económica da cultura e seu impacto no desenvolvimento das sociedades.

O estudo de Teresa Duarte Martinho, «Agentes e profissões culturais», refere que as análises acerca dos profissionais da cultura remetem para as seguintes temáticas:

i) regimes de trabalho de acordo com o domínio e o sector (público, privado, terceiro sector); ii) condições de exercício e processos de regulação do trabalho cultural; iii) impacto das redes de equipamentos culturais na expansão do emprego cultural; iv) impacto de mutações tecnológicas e organizacionais nas ocupações e processos de reconversão; v) importância da qualificação em ocupações antigas e emergentes para enfrentar mudanças no funcionamento do sector cultural. (Martinho. 2008: 8)

Ainda neste estudo, é-nos dito algo que nos merece uma atenção particular:

verifica-se que as mulheres estão menos representadas em lugares de decisão – quer em cargos de administração de empresas quer na propriedade de casas editoriais. E é no contexto das empresas de menor dimensão e com orgânicas menos complexas que mais rapidamente alcançam posições de relativo relevo (Martinho. 2008: 11).

O destaque que aqui damos à situação das mulheres decorre não só do facto de a autora desta tese ser mulher e de ter sentido na pele esta realidade durante quase vinte anos, mas também para salientar que o meio cultural, no geral, e o meio editorial, em particular, não escapam às *regras normais* do mercado de trabalho. Afinal, a cultura, em teoria *um setor de inovação e progresso*, está tão presa a uma mentalidade conservadora

¹⁸ Muito embora a UNESCO tenha tido uma conferência para a criação de uma organização educacional e cultural em 1945, a Convenção sobre a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural data de 1976.

como qualquer outro setor da economia. As consequências que isso acarreta, seja a título pessoal ou coletivo, são complexas e transversais, defendendo nós que este conservadorismo prejudica as relações laborais no seio das empresas e o resultado real do trabalho desenvolvido. Se o espírito subjacente às indústrias culturais e criativas é conservador, não poderemos esperar que estas indústrias desempenhem cabalmente o seu papel de motor de inovação nas sociedades em que estão inseridas. Ao contrário do que seria de esperar, nem as estruturas organizacionais, nem as condições laborais, nem as estratégias de gestão, nem os objetivos traçados, são satisfatórios. Neste contexto, quem mais sai prejudicado são os autores e os consumidores porque nem uns nem outros têm ao seu dispor olhos, ouvidos e mãos capazes de proporcionar a diversidade de produtos que seria desejável. Escusado será dizer que a juventude e as qualificações superiores da maior parte dos quadros destas empresas não significam por si só a *juventude e a qualidade* que deveriam estar presentes nas escolhas dos produtos que disponibilizam e nos processos de trabalho perseguidos.

Outra característica do setor cultural nas últimas décadas, tanto em Portugal como na generalidade do mundo desenvolvido, é a «crescente relevância das funções de intermediação, essenciais à aproximação entre os planos da oferta e da procura. A intensificação do recurso a agentes, como comissários, programadores, curadores, técnicos de marketing e outros» (Martinho. 2008: 13). O que corresponde às lógicas atuais de mercado que requisitam «competências especializadas na promoção, por variadas vias, da visibilidade dos bens culturais – assim potenciando possibilidades e oportunidades de recepção» (Martinho. 2008: 15). Esta realidade seria totalmente positiva não fosse o facto de que uma parte substancial destes agentes pertencer à classe dos *bullshit jobs*, já aqui referidos no subcapítulo 1.2. De qualquer das formas, este número crescente de figuras de intermediação é positivo, pois, em teoria, alarga a possibilidade de os autores serem conhecidos e de as suas obras serem tornadas públicas, ao mesmo tempo que potencia o aumento e a diversificação da oferta junto dos consumidores finais.

As mudanças verificadas no setor da edição de livros, uma vez que é um setor muito dependente das novas tecnologias de informação e comunicação, têm contribuído para a redefinição dos perfis dos profissionais.

No caso do editor, em vez de conhecimentos especializados nas áreas de línguas e literatura, privilegia-se cada vez mais a formação e a prática em domínios

como a gestão e o marketing – o editor aproxima-se de um gestor de produtos e tendências. (Martinho. 2008: 16)

No contexto da globalização e glocalização da atualidade, é normal e saudável que os editores se tornem «mais do que simples vendedores de livros» (Martinho. 2008: 16). O problema é que a crescente importância das questões da sustentabilidade financeira das editoras não pode sobrepor-se e muito menos aniquilar a função social que estas empresas desempenham. Por isso, consideramos positivo que os editores de obras literárias, por exemplo, acrescentem às suas competências tradicionais em literatura competências de gestão e de marketing.

No entanto, como esta formação multidisciplinar não é generalizada, o que se passa na prática é que os editores mantêm as suas competências específicas mas são subalternos dos profissionais da gestão e do marketing. Poder-se-á dizer que já não consideramos esta situação positiva devido a um espírito corporativo, mas não é essa a nossa intenção. A nossa leitura negativa desta realidade advém do facto de que colocar os editores em posições subalternas e à mercê das lógicas meramente comerciais promove inevitavelmente a deturpação das *funções culturais* destas empresas. A alternativa poderia passar, simplesmente, por dotar os editores de conhecimentos de gestão e de marketing, visto que claramente se percebe que seria muito mais difícil dotar os profissionais da gestão e do marketing de conhecimentos de literatura, isto para continuarmos a seguir o mesmo exemplo.

O que está a passar-se com os editores é equivalente, infelizmente, ao que já acontece no jornalismo impresso.

O facto de a difusão de livros nos jornais deixar de ter uma orientação estritamente literária, passando a reger-se por lógicas de funcionamento mediáticas, teve vários efeitos no desempenho dos críticos [...]. Daquela mudança resultou o apagamento do crítico tal como se apresentava anteriormente – um mediador que se distinguia por concentrar as esferas da produção e da difusão – [...]. Ilustra-se, assim, de que modo a intervenção do crítico enquanto agente de legitimação e de *gatekeeping* pode ser afectada por constrangimentos organizacionais (Martinho. 2008: 17).

O editor é, por norma, alguém com uma sólida cultura geral. É também alguém que uma genuína curiosidade, ou não seria capaz de manter o entusiasmo necessário para a busca permanente de novas obras e novos autores. Portanto, facilmente se enquadra neste novo formato empresarial pautado pela polivalência e pelas lógicas flexíveis de emprego. No entanto, é com preocupação que constatamos a ausência de regulação quanto à figura do editor e respetiva certificação profissional. O editor não é sequer uma categoria profissional contemplada na *Convenção Colectiva de Trabalho* para as atividades editoras e livreiras¹⁹ que considera dezenas de funções profissionais. A *Convenção Colectiva de Trabalho*, celebrada em 2005, entre a Associação de Editores e Livreiros, a Federação Portuguesa dos Sindicatos do Comércio, Escritórios e Serviços e a Federação dos Sindicatos dos Trabalhadores de Serviços e Outros considera apenas o cargo de revisor e, mesmo assim, incluído no grupo dos Trabalhadores na Imprensa (*Convenção Colectiva de Trabalho*. 2005: 52). Naturalmente, esta *inexistência legal* da profissão de editor é perturbadora para os profissionais e afeta tanto as condições do seu exercício como as trajetórias profissionais.

Não obstante a profissão de editor não estar contemplada na *Convenção Colectiva de Trabalho*, ela existe e é peça central no organigrama de qualquer editora, incluindo as que lhe sobrepõem as funções de gestão e de marketing. Aliás, o *Dicionário do Livro* (Faria e Pericão. 2008) contempla vários tipos de editor, dos quais selecionamos os seguintes:

Editor cultural: aquele que não tem como primeira finalidade do seu trabalho o lucro que ele poderá proporcionar-lhe, mas sim motivações respeitantes a um ou a diferentes domínios científicos, literários ou artísticos; usa-se por oposição a editor mercenário. (Faria e Pericão. 2008)

Editor literário: organização ou pessoa responsável pela preparação para publicação de um documento de que não é autor, do ponto de vista do seu conteúdo intelectual. Editor de texto. O papel do editor literário pode cingir-se à preparação do documento para o impressor, incluir o controlo do fabrico, a revisão ou o esclarecimento do conteúdo do documento, a adição de palavras prévias, introdução, notas ou outras observações críticas; a sua função engloba

¹⁹ Cf. *Convenção Colectiva de Trabalho*. 2005: pp. 55-58.

também, com frequência, a direcção técnica das pessoas encarregadas da redacção ou compilação do documento. (Faria e Pericão. 2008)

Editor original: primeiro editor de uma obra | Nas traduções, editor que transmite o direito de tradução a outro editor de outra língua. (Faria e Pericão. 2008)

O editor que aprofundamos neste trabalho é uma mistura destes tipos aqui descritos e, em maior ou menor grau, tem como funções nucleares: a *aquisição de conteúdos*, o que inclui a procura e seleção de obras, a avaliação do seu valor editorial e o seu enquadramento no catálogo, assim como a negociação dos direitos de autor; o *desenvolvimento dos conteúdos*, seja através de *developmental editing* ou da edição do texto; o *desenvolvimento do produto e design*, o que significa ter uma palavra a dizer quanto à forma e à imagem do produto final; à *gestão do projeto*, que consiste em equilibrar custos e receitas; a *formatação do conteúdo*, ou pré-impressão; ao *marketing*, pois muito do marketing é da responsabilidade da equipa editorial; às *vendas*, uma vez que as atividades promocionais resultam em transações comerciais; à *produção* e à *impressão*; ao *serviço pós-venda* ou ao apoio ao consumidor-leitor; e a *outras fontes de rendimento*, seja através de vendas de direitos ou apoios à produção e à promoção.

Assim, para vermos como um editor se posiciona na *economia de mercado* em que está inserido, isto é, o modo como a *força de trabalho* de um editor se concretiza enquanto, ela própria, *mercadoria*, vejamos como a força de trabalho geral evoluiu. O assunto é complexo, até porque não estamos já na sociedade industrial que criou a economia de mercado. No entanto, como a economia de mercado sobreviveu ao fim da sociedade industrial, é ainda segundo as suas regras que funciona esta atual sociedade pós, hiper ou transmoderna.

Como se compreenderá, não consideramos que o trabalho de um editor seja um *bullshit job* (Graeber. 2013). Porquê? Em que é que as funções de um editor diferem das de um intermediário burocrático e dispensável? As estratégias editoriais regulam e até mesmo orientam a receção, compondo e recompondo comunidades de leitores. Quando a atividade editorial atinge níveis profissionais, os editores passam a operar com base em informações e regras mais claras, que incluem o volume de vendas de determinado autor, obra ou género literário, ou os dados estatísticos disponíveis sobre a percentagem de despesa do seu público-alvo destinada à compra de bens culturais, ou ainda os níveis de literacia e os hábitos e características da leitura dos diferentes escalões etários. Com base nestes dados, mas também com base no seu próprio conhecimento direto dos livros

disponíveis no mercado e dos eventos culturais a que normalmente assiste, o editor seleciona o que oferecer ao público, orientando desta forma o que é possível ou desejável ler.

No que diz respeito à edição de livros, a indústria evoluiu para novos modelos de negócios para atender às necessidades específicas de cada projeto e dos hábitos culturais do nicho de consumo em que se insere. «O número de títulos e exemplares vendidos aumentou significativamente, não obstante a quebra resultante da crise financeira de 2008» (Leão. 2009: 305). Mas é também necessário ter em linha de conta que se trata de «um sector onde as margens de lucro são exíguas e cada vez mais pressionadas pelo quinhão pertença do distribuidor» (Leão. 2009: 305). Este *quinhão do distribuidor* condiciona fortemente todo o funcionamento do mercado do livro, pois este conjunto de agentes – distribuidores, mas também os livreiros – só conseguem margens normalmente superiores a 40% sobre o preço de venda ao público dos livros porque são agentes particularmente influentes no mercado. Colocar um título numa livraria é particularmente difícil, mantê-lo lá é quase impossível.

Com exceção dos *títulos de venda segura e significativa*, os livreiros, principalmente as grandes cadeias, não os querem e os editores têm de fazer o seu trabalho já a pensar nessa realidade. Por isso, é cada vez mais importante os editores organizarem várias atividades de divulgação de uma obra em várias livrarias, não só para conseguir algum destaque nessas livrarias mas também para alimentar o fluxo de informações novas acerca de um mesmo título, tanto junto da imprensa como nos sites e redes sociais das próprias editoras e dos próprios autores.

Por outro lado, o meio editorial, à semelhança de outros meios artístico-culturais é particularmente competitivo. O meio só sobrevive se for capaz de manter um filão contínuo e rico de novos autores, mas como é particularmente difícil apresentar e manter um autor novo no meio, muitos editores procuram esquivar-se deste desproporcionado investimento de tempo e dinheiro. Basta dizer que muito raramente um autor novo é reconhecido pela crítica logo no primeiro título e mais raramente ainda recebe algum prémio antes do terceiro ou quarto livro. Mais tardiamente ainda chega o reconhecimento do público, da academia e das políticas.

Pensemos num autor como Mía Couto, amplamente conhecido e reconhecido pela crítica nacional e internacional e com um volume de vendas muito considerável. Em 2013 comemorou os seus 30 anos de carreira e nós aproveitámos para fazer uma consulta informal junto dos nossos amigos intelectuais e até de colegas de profissão,

para saber há quantos anos cada um deles conhecia o escritor. Resultado: entre as dezenas de pessoas a quem fizemos estas duas perguntas, ninguém o conhecia há 30 anos e muito poucos o conheciam há 20. Partindo do princípio de que era um grupo com uma sólida formação cultural, fica claro o tempo necessário para dar a conhecer um autor. Mesmo um autor com um rápido ritmo de afirmação, como Gonçalo M. Tavares ou Afonso Cruz, demora um mínimo de cinco anos e três livros para se começar a *reconhecer somente o nome...*

É frágil a posição de um autor e de uma obra, com exceção daqueles e daquelas que se mantêm no cânone oficial de uma dada comunidade durante muito, muito tempo, pelo que são estreitos e muito complexos *os laços entre a criação e a mediação na atividade literária*, não podendo uma existir sem a outra. Portanto, quando um editor decide a *estratégia editorial* para o seu trabalho, está também a decidir o conjunto de princípios que orientará toda a sua carreira, e por estratégia editorial entendemos:

conjunto de medidas que orientam uma editora, no sentido de escolherem o público-alvo ao qual se dirige, seleccionando os campos de interesse que o podem captar, de modo a encaminhar todas as todas as acções que possa vir a desenvolver para satisfazer esse perfil de leitor; esta estratégia pode passar pela criação de uma imagem de marca acompanhada por toda uma máquina publicitária a ela associada, constituição de colecções com títulos apelativos, convites a novos valores na literatura, lançamentos de livros, etc. (Faria e Pericão. 2008)

É, portanto, determinante a definição de uma estratégia editorial, ou de uma *linha editorial*, como preferirmos, que consiste num conjunto de «linhas de força e programa de produção de uma casa editora para um determinado período de tempo» (Faria e Pericão. 2008). Com base numa linha editorial, o editor escolhe textos que, de uma forma ou de outra, participam na construção de uma realidade social. Deste modo, um catálogo editorial é um modo de *fazer ver* e *fazer crer*, fazer com que um determinado meio social conheça e reconheça as obras desse catálogo editorial e, indiretamente, os editores e as editoras que o assinam.

Convocando Pierre Bourdieu, consideramos que o mundo dos produtos culturais é pleno de «lutas permanentes entre os detentores de capital específico e aqueles que ainda estão desprovidos dele» (Bourdieu. 2010: 148). Sendo estes últimos, os

intelectuais que ainda não conquistaram a legitimidade que lhes confere o direito de participarem ativamente no mercado do capital simbólico, no mercado da arte. No entanto, são estes intelectuais ainda não legitimados que promovem a oferta de novos produtos, participando nas transformações profundas das *relações de força simbólicas*, que muitas vezes resultam numa nova hierarquia de géneros, de correntes ou de autores.

Este processo é tão mais real quanto mais numerosos forem os atores que neles interferem, sejam eles os «produtores que podem viver da sua pena ou tirar a sua subsistência dos trabalhos oferecidos pelas empresas culturais» (Bourdieu. 2010: 148); sejam eles os «leitores potenciais que são assim oferecidos aos pretendentes [...] e aos seus produtos» (Bourdieu. 2010: 148). Entre uns e outros encontram-se os editores e restantes mediadores culturais que, em conjunto, permitem «a multiplicação dos trabalhos disponíveis» (Bourdieu. 2010: 148). Quanto mais numerosos forem os trabalhos disponíveis, maior é a competição pela conquista de uma quota significativa de mercado e mais eclética é a oferta de conteúdos passíveis de ajudar a construir novas representações do mundo. Há, no entanto, que atender ao facto de que o mercado das apelidadas obras de arte não é o mesmo do dos produtos ditos comerciais, pois as primeiras «são acessíveis apenas aos consumidores dotados da disposição e da competência que são a condição necessária de sua apreciação» (Bourdieu. 2010: 169).

Portanto, a escola ocupa um lugar estratégico, porque forma os recetores dotados da necessária competência para apreciar uma obra de arte, ou porque delimita «o que merece ser transmitido e reconhecido e o que não merece» (Bourdieu. 2010: 169). Ao fazê-lo, não faz apenas o trabalho de discriminação positiva, procede também, e automaticamente, a um trabalho de discriminação negativa, pois tudo o que não é incluído nas listas preparadas pela escola, fica muito mais inacessível ao recetor comum, isto é, «reproduz continuamente a distinção entre as obras consagradas e as ilegítimas» (Bourdieu. 2010: 169).

No entanto, estas listas de livros, chamemos-lhe, *imprescindíveis*, não é estanque nem imune à contaminação de novas obras. Muito embora, o processo seja tendencialmente muito lento, o trabalho dos editores que publicam novas obras de novos autores, e conseqüentemente, o trabalho de reconhecimento do seu valor artístico atribuído pelos críticos que em primeira-mão o reconhecem, não é ignorado. Os «*descobridores*, os críticos de vanguarda devem participar das trocas de atestado de carisma que com frequência fazem deles os porta-vozes, por vezes os empresários, dos artistas e de sua arte» (Bourdieu. 2010: 169). O risco da atuação destes *descobridores* é

elevado porque não é fácil perceber o que é novidade nem a qualidade dessa novidade, além de ser particularmente difícil conseguir o reconhecimento deste tipo de obras por parte das instituições do campo literário.

A história do campo literário é assim, no dizer de Pierre Bourdieu, «a história da luta pelo monopólio da imposição das categorias de percepção e de apreciação legítimas» (Bourdieu. 2010: 181), sendo que é também a própria *luta* que faz a história do campo. De um lado, temos as categorias de percepção e de apreciação tradicionais, convencionais e profundamente enraizadas no campo literário. Estas categorias são representadas por aqueles que marcaram uma época, que mereceram o reconhecimento da crítica e da academia e que procuram a manutenção da sua supremacia. Do outro lado, temos as categorias de percepção e apreciação direcionadas para o que é novo e inovador, o que rompe com os valores estéticos instalados e experimenta novas opções do belo. Estas últimas categorias são representadas por aqueles que procuram conquistar um lugar cimeiro ou, pelo menos, um lugar de legitimação artística e reconhecimento dos pares. O resultado deste jogo de forças representa sempre a entrada de novos atores no campo, sejam eles autores, editores, críticos ou obras e representa muitas vezes uma forçada saída de atores mais antigos do campo literário.

O mundo literário configura-se por meio de dependências recíprocas, nomeadamente entre os editores e a organização de instituições com os seus poderes de consagração e reconhecimento, como acontece com a academia, as tutelas políticas e o mercado editorial. Este jogo de interações concretas e estas lutas de posicionamentos entre os pares em concorrência configuram a dinâmica do meio editorial e da cultura literária. O meio editorial literário é constituído pelo trabalho dos escritores, que concebem as suas obras na quase completa solidão, pelo trabalho de todos os profissionais da edição e do comércio de livros e pela ação de leitores especializados ou anónimos. Pensar as práticas do meio literário, e o trabalho dos editores no seu seio, implica considerar sobretudo as multiplicidades de representações atribuídas a essas práticas. É levar em conta a constituição dos lugares de singularidade que cada agente consegue ou não ocupar e compreender a variedade das disposições culturais, ou seja, ter em conta os modos de criação, mediação e de receção das obras.

A construção do sentido e da necessidade das obras literárias depende das relações entre os diversos agentes que as produzem: autores, editores, críticos, leitores. Cada um destes espaços, aparentemente autónomos, pertence a uma rede que funciona como mediadora entre os produtores, a obra e o público. Portanto, a sobrevivência de

cada uma dessas instâncias só é possível através de *lutas de concorrência e interesses* entre recém-chegados e estabelecidos. Ninguém assumirá que defende um meio cultural ou artístico estagnado, mas também são raros os que emprestam o seu nome e a sua reputação a esses recém-chegados. Tudo se determina, afinal, em torno de quem tem maior autoridade ou legitimidade. Só esses permitem os deslocamentos, as ruturas e as transformações na história da arte. O conceito de *habitus*, tal como é defendido por Pierre Bourdieu, permite compreender esse conjunto de disposições profundamente incorporadas, nem sempre conscientes ou objetivas, que formam (in)voluntariamente os indivíduos, e são formadas por eles, pela expressão de comportamentos e de correntes de pensamento.

Os poderes no mundo literário são frágeis, mesmo os poderes dos editores mais respeitados, e são continuamente vigiados pelas restantes instâncias do meio. À semelhança de qualquer outro campo da vida, demora muito a conquistar uma determinada reputação, mas é muito fácil perdê-la.

Como afirma Pierre Bourdieu: «um crítico só pode ter “influência” sobre os seus leitores se estes lhe atribuírem esse poder» (Bourdieu. 2010: 357), e o mesmo poderemos afirmar acerca dos restantes agentes decisores do meio literário, editores incluídos. Isso implica uma permanente autovigilância por parte de qualquer um dos agentes, principalmente quando se movem nas movediças areias do setor privado. Não só porque só assim poderão manter os princípios filosóficos, ideológicos e éticos que voluntariamente escolheram para nortear a sua conduta, mas também porque, como sempre, estes princípios são a única coisa que vale a pena proteger na vida, seja ela profissional ou pessoal. São também a única coisa que nos suporta num dia-a-dia sempre repleto de decisões difíceis e irrevogáveis.

São assim as decisões editoriais. Qualquer autor ou editor sabe perfeitamente que não é possível voltar atrás a partir do momento em que uma obra é publicada, isto é, tornada pública. Seja uma vírgula mal colocada, um título desajustado ou uma capa desastrosa, tudo fica, para sempre, cristalizado no tempo e qualquer um destes exemplos, ou quaisquer outros, nas suas devidas proporções, podem fazer ou desfazer um autor e a sua obra.

O próprio autor é o resultado de uma série de fios de que é feita a rede que o envolve. Uma rede composta por uma série de mediadores, da qual o seu editor faz parte, sendo que é também o seu editor que tem a competência e o dever de o fortalecer e proteger, muitas vezes de si próprio. Quantas vezes um editor gostaria que o seu autor

publicasse todos os anos porque sabe que é um título novo que promove toda uma cadeia de eventos e que são esses eventos que mantêm o autor vivo aos olhos do meio? Quantas vezes esse editor teve de desdramatizar este facto sob pena de estar a exercer uma pressão que, no fundo, sabe ser prejudicial à própria qualidade da obra que esse autor possa estar a preparar?

É talvez por este tipo de razões que, aos poucos, vão sendo conhecidas e estudadas as obras e se começa a ouvir falar cada vez mais da questão da autoria, que muitos pretendem vê-la deslocar-se do indivíduo que concebe as obras para o universo de outros personagens da significação, como os mediadores e os leitores. Se é verdade que cada texto supõe códigos de receção próprios que interferem (e muito) na sua própria definição, nos próprios limites da sua existência, também é verdade que é *o texto de um autor* que permite as suas inúmeras leituras e nunca o contrário, por mais que essas leituras interfiram na sua existência.

Resumindo, a rede de competências de um editor, por muitas e muito variadas que sejam, deverá estar sempre ao serviço dos que justificam a sua existência: os autores e os leitores. A sua posição no meio editorial deve ser sempre o mais discreta possível porque todas as luzes deverão iluminar o autor e a sua obra. Na sombra, o editor deve fazer tudo o que for preciso para acompanhar e engrandecer o autor e a sua obra e para permitir a melhor experiência possível por parte dos leitores dessa obra. Esse *tudo*, no entanto, nunca deverá sair do círculo de sombra em que se encontra o editor e este só deverá dele sair, sempre fugazmente, para assumir a responsabilidade de tudo o que não correu da melhor forma. Seja perante o autor, um leitor ou, até, perante o mercado, o editor terá a largura de costas que for necessário ter, mesmo que esse mercado, as mais das vezes, lhe pague o correspondente à sombra que é e nunca à luz que permite existir.

3.1.1. A cadeia editorial

Sendo o editor o principal responsável pela produção e pela divulgação de um livro, é naturalmente alguém que toca diversas competências em diversos momentos de todo o processo. O tipo e o nível de intervenção são diferentes consoante o editor e as suas características e competências, mas a sua intervenção também está diretamente

dependente da cadeia editorial em que está inserido e da dimensão e organigrama da empresa ou instituição em que trabalha. O que faz e o momento em que o faz depende ainda do tipo de livro que tem em mãos, pois cada texto e cada autor implicam adaptações específicas, mesmo no caso de o editor trabalhar apenas com um género literário.

No texto literário original, este conjunto de adaptações é ainda mais delicado e determinante, dado que, na maior parte dos casos, não existe nenhum modelo a seguir. Além disso, quando se trabalha com este tipo de texto e de livro, o editor acompanha também, regra geral, a última fase da criação do(s) conteúdo(s), pois muito raramente um autor entrega o original na sua versão final. Portanto, este tipo de trabalho coloca o editor numa fase bastante anterior ao momento da entrada oficial do texto para produção. Da mesma forma, é ainda habitual que a sua presença seja também predominante em fases muito posteriores à colocação do livro no mercado, uma vez que, nestes casos, a divulgação da obra implica várias ações de promoção, na maior parte das vezes com a presença do autor e, logo, do editor.

De qualquer forma, o processo editorial de um livro passa pelas mesmas fases principais, o que permite enumerá-las e atribuir-lhes características gerais que são sempre adaptadas a cada caso específico. Ao longo de todo o processo, o trabalho do editor é condicionado pela cadeia editorial em que está inserido, pois o seu trabalho está em estreita relação com o número e as competências de cada elo dessa cadeia.

Se a editora é uma pequena e média empresa, é natural que o editor assuma diretamente grande parte do trabalho necessário. Pode ser ele a editar um texto mas também a fazer o tratamento do original antes da paginação e a rever as provas já paginadas. Pode ser ele a contactar diretamente com o gráfico para definir a maquete de paginação e a acompanhar de muito perto o trabalho do capista. Pode ser ele a assumir a criação dos conteúdos a enviar aos órgãos de comunicação social e, finalmente, pode também ser ele a organizar os lançamentos e a acompanhar o autor em todas as ações de promoção. Em empresas mesmo muito pequenas, pode ainda ser ele a tratar diretamente com os fornecedores (por exemplo, as tipografias) ou com os livreiros.

Em empresas maiores, muito deste trabalho é assegurado por assessores ou coordenadores editoriais, pertencendo sempre ao editor a delegação de tarefas e a sua supervisão. É também ele que faz sempre, ou quase sempre, a ligação entre o autor e todos os restantes colaboradores, desde a elaboração de contratos até ao acompanhamento das vendas e ao pagamento dos direitos de autor.

Dentro desta polivalência de funções, podemos, no entanto, definir três grandes áreas de intervenção, sendo que, em cada um dos casos enumerados, o editor conjugará estas áreas de intervenção de várias formas em relação direta, recordamos, com o tipo de texto que está a publicar.

EDITOR 1

Este editor é o equivalente ao *publisher*. Em alguns contextos empresariais, as funções destinadas ao editor são repartidas por outros elos da cadeia empresarial, nomeadamente a administração ou os gestores de marca ou de projeto. Este editor é o responsável máximo na criação, na manutenção ou no desenvolvimento de uma linha editorial. A ele pertence a seleção dos originais para publicação e o controlo de qualidade de todas as publicações. É quem assina a ordem de impressão²⁰, e a quem compete o agendamento da distribuição e a definição de linhas nucleares de promoção e divulgação de uma obra.

EDITOR 2

É o que faz editing. É sempre uma área de intervenção revestida de uma grande responsabilidade, dada a sensibilidade do ato de propor alterações a um texto original, mesmo que essas sugestões de alteração sejam todas, sem exceção, avaliadas e decididas pelo autor. Este tipo de trabalho depende muitíssimo da qualidade técnica do editor e mesmo da sua personalidade, pois o resultado final de um texto subordinado ao editing está em estreita relação com o grau de confiança que este editor merece, quer junto do autor quer junto do editor responsável. A sua intervenção, e respetiva importância, não pode ser cabalmente compreendida a não ser na análise concreta da sua ação em cada texto específico, sendo que, recordamos, este trabalho é conhecido integralmente apenas pelo autor. Quando o texto sai das mãos deste tipo de editor passa a ser o *original oficial*, da exclusiva responsabilidade (e autoria) do escritor que o assina e de mais ninguém. Como será fácil de compreender o nível de sensibilidade deste tipo de intervenção é particularmente elevado no caso de um texto literário.

²⁰ Publique-se: ordem que se escreve num original para indicar que o mesmo deve ser dado a público. (Faria e Pericão. 2008).

EDITOR 3

Alguém com um campo de ação mais circunscrito do que o do Editor 1 mas mais abrangente do que o do Editor 2. A cargo deste editor estão, por exemplo, as decisões exclusivas a cada livro, e que vão desde a planificação de todo o processo de pré-impressão e preparação do texto original até à escolha dos conteúdos da capa e contracapa, as características físicas do livro – tipo de papel e de acabamento, por exemplo – ou a criação e/ou seleção de conteúdos e formas de divulgação.

Para qualquer um destes tipos de editor, a sua principal qualidade é a sua competência de leitura. A esta qualidade, segue-se outra, também ela intrínseca ao setor da edição, e que faz toda a diferença no sucesso profissional do editor, dos autores que acompanha e da empresa ou instituição editorial em que trabalha: a capacidade de adaptação e inovação. Um nível saudável de produtividade será alcançado através do equilíbrio entre a adaptação às forças atuantes no setor editorial em questão e a capacidade de nelas incorporar obras e formas de trabalho inovadoras. A competitividade e a sustentabilidade de uma editora e de um editor dependem do planeamento estratégico com o qual enfrentam as mudanças constantes do setor, incluindo aquelas provocadas pelo uso de novas tecnologias que podem perturbar profundamente os métodos e os ritmos de trabalho.

No atual momento de permanente inovação dos ambientes digitais e em rede em que os editores se movem, é necessário assegurar que os sistemas de gestão de conteúdos permitam que os editores possam controlar a publicação de determinado conteúdo, independentemente da plataforma de destino. Este controlo é ainda mais importante quando é sabido que as novas tecnologias de informação e comunicação facilitam a partilha e a troca de conteúdos, muitas vezes sem levar em conta a proteção dos direitos autorais, o que representa uma ameaça considerável à rentabilidade do trabalho dos autores e das editoras. Todavia, este controlo não deve impedir ou dificultar o acesso aos conteúdos por parte dos consumidores nem limitar a difusão de uma obra. Idealmente, o editor deveria ser capaz, ou ter a possibilidade, de assumir uma nova figura de mediação, exclusiva para os ambientes digitais.

A Internet abre a possibilidade, por exemplo, de o editor disponibilizar novos serviços *direct-to-consumer* que a indústria de publicação de livros passou a produzir para novos mercados, nomeadamente através de novos serviços de entrega que funcionam em novos canais de consumo exclusivamente digitais. Estes novos contextos

comerciais são passíveis de ser postos ao serviço dos livros em papel, mas estão particularmente direcionados para os e-books, que estão agora a começar a mostrar um rápido crescimento. Os editores, nestes novos ambientes, podem ainda prescindir parcialmente dos tradicionais livreiros, pois estabelecem uma relação direta com os seus consumidores, através das suas próprias livrarias virtuais. Assim, mantêm para si a percentagem anteriormente destinada aos livreiros, mas conseguem ainda abrir novas vias de comercialização essenciais, por exemplo, para escoar o fundo de catálogo que muito dificilmente está presente nos livreiros tradicionais.

O pleno conhecimento destes novos meios e canais pode determinar a sobrevivência de uma editora, pois as primeiras, e muitas vezes principais, preocupações do editor prendem-se com a viabilidade financeira de um projeto que, na maioria das vezes, não é inserível no atual mercado tradicional. Este mercado é particularmente nocivo às editoras pequenas, pois o cada vez mais curto tempo de vida das novidades nas livrarias e as cada vez mais elevadas percentagens exigidas pelas empresas de distribuição e pelos livreiros são sufocantes.

Saber tirar partido da tecnologia que temos à disposição, sem que seja ela a comandar a nossa linguagem, é o desafio a assumir e a vencer. Isto é decisivo, em particular num mercado muito reduzido como o português, sem consumidores em quantidade suficiente para tornar rentáveis os produtos que estamos a criar e que não conseguimos sequer mostrar ao mundo. É preciso aprender a trabalhar com a comunicação global, no contacto direto com os leitores, substituindo o recurso a intermediários.

O editor gere todos os processos editoriais, desde a legitimação de conteúdos e autores, mas é no trabalho direto com o texto que o seu trabalho ganha plena relevância. Conforme afirma Sofia Figueiredo Gonçalves:

o editor lê um texto posicionando-o e avaliando-o sobre uma rede de outros textos [...]. Por um lado, autor e editor desenvolvem modos e códigos para uma leitura explícita, tentando impor, sub-repticiamente, uma *leitura correta* (Gonçalves. 2013: 171. Itálico nosso).

O objetivo desta *leitura correta* é ser a leitura que faz a *ponte certa* entre a ideia primordial do autor, que nem sempre é clara na primeira versão do texto entregue ao editor, e o leitor de destino. Para isso

O editor e a editora trabalham a forma e distribuição das ideias dos autores; uma nova proposição coloca como responsabilidade do editor e da estrutura editorial a criação (literal e controlada) de uma comunidade que envolve autor e um conjunto de leitores. [...]. Os processos editoriais, independentemente da sua origem *online* ou *offline*, terão igualmente de [...] encontrar estratégias de valorização ou demarcação dos seus projetos. (Gonçalves. 2013: 222)

O editor assume, portanto, um papel essencial, contribuindo em cada publicação para uma linhagem histórica imbuída de «princípios ideológicos, estéticos, éticos ou políticos» (Gonçalves. 2013: 252). Em todo este processo, «confiança, credibilidade e qualidade são características fundamentais para os processos editoriais» (Gonçalves. 2013: 255).

A confiança, a credibilidade e a qualidade são também fundamentais para o bom funcionamento da cadeia editorial ao longo de todo o processo de produção de um livro. Um bom exemplo é a relação entre o texto, principalmente o literário, e o seu grafismo. A definição gráfica de um livro é um dos elementos principais para a construção da tal leitura correta, da tal ponte certa entre a ideia de base do autor e a correta receção por parte do leitor. A forma como se dispõe o texto numa página orienta, naturalmente, a leitura desse texto, seja essa página física ou digital. A forma como o livro-objeto convida o leitor a manuseá-lo influencia determinadamente a apreensão do conteúdo literário. *Todo o objeto-livro é, no fundo, conteúdo literário.*

José Alfaro²¹, num artigo publicado no blogue da Booktailors, descreve a profissão de revisor, com um sintomático título: «Algumas linhas sobre a nobre profissão de empregado de limpeza (a quem alguns também chamam escravo, capacho ou revisor)». José Alfaro defende que é um perigoso lugar-comum considerar que «quem escreve razoavelmente bem em português ou quem tem uma licenciatura em Linguística ou em Línguas e Literaturas pode ser revisor» (Alfaro. 2009). Os revisores podem vir de «áreas bem diferentes, como a Matemática ou a Biologia» (Alfaro. 2009).

²¹ Editor desde 1987. Coordenador da Pós-Graduação em Edição, da Pós-Graduação em Livro Infantil e da Formação Avançada em Revisão e Edição de Texto da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa. Fundou a editora Bicho-do-Mato em 2009.

O trabalho de revisão exige mais do que um excelente domínio da língua, pois «um revisor necessita de conhecer as regras tipográficas e de possuir capacidades de atenção excepcionais [...]. Por fim, mas não menos importante, um bom revisor deverá perseguir a dúvida até à exaustão e exige-se-lhe uma cultura geral fora do comum» (Alfaro. 2009). A *capacidade de duvidar* será mesmo a qualidade mais importante de um revisor. Duvidar da ortografia, sintaxe e semântica, mas duvidar também se as opções literárias e linguísticas que transparecem num texto são compatíveis com a intenção do autor. Muitas vezes o autor persegue uma solução de expressão ou estilo que apenas é óbvia para ele, e é necessário compreender totalmente essa intenção e ser capaz de propor uma alternativa adequada ao entendimento que um *leitor abstrato* terá.

O revisor é também um higienista, pois «limpa a grande "obra", vela para que o autor ou o tradutor não caiam no ridículo, acaba mesmo por o(s) salvar em muitas situações» (Alfaro. 2009). Esta higiene procura depurar um texto, principalmente o literário, de todo e qualquer ruído, seja ele de ordem meramente gramatical, de ordem narrativa, de ordem estilística. O texto literário deve ser *contido*, no sentido em que deve ter exatamente o mínimo de tudo porque tudo o que lá existe deve ser imprescindível e insubstituível. Dada esta delicadeza, a revisão de um texto literário e, por conseguinte, o trabalho do revisor deve ser previamente preparado pelo editor, pois é o editor quem melhor conhece um texto e o seu autor. Mesmo quando o revisor tem a possibilidade de trabalhar diretamente com o autor sem passar pelo editor, o seu trabalho terá de ter presente as orientações de base que lhe permitem entrar corretamente no texto e o impedem, por exemplo, de questionar algo que, para o autor, é inquestionável. Isto é o suficiente para minar a *confiança do autor nas competências de leitura de um revisor*, e cabe ao editor evitar que isto aconteça.

Um revisor pode também fazer trabalho de editing. O editing é um nível de intervenção muito mais profundo do que a revisão normal e pode mesmo desafiar a autoria, pois tem cada vez mais um «papel de mediador de processos de linguagem, “afinador” de intenções, “facilitador” de discursos...» (Conceição Candeias *apud* Alfaro. 2009)

Sim, o revisor é também por si só uma figura de mediação e o seu trabalho está tão próximo da criação original de um autor que, por vezes, há a tentação de o considerar, também ao revisor, como fazendo parte da própria criação. Não diminuindo *o lugar e a dimensão do revisor*, em nossa opinião o *lugar da criação* nunca está em causa. Compreendemos que esta confusão possa mais facilmente surgir em textos não

literários, uma vez que o trabalho de revisão pode ter um nível de intervenção mais estrutural, embora, mesmo nestes casos, consideremos que, quando muito, o trabalho do revisor pode ser equiparado ao de um assistente e não a de um coautor. Em textos literários, e muito particularmente em textos literários originais, a autoria tem de estar absolutamente protegida e salvaguardada, e não deve ser sequer sugerido que assim não seja. Mesmo que o nível de intervenção de um revisor possa ser muito profundo, como acontece com o editing, o estatuto da criação e do criador nunca deve ser posto em causa. Defendemos que nenhum trabalho de revisão, por mais talentoso e criativo que seja, pode competir com a *ideia original*, que é uma e cuja singularidade é incontestável.

O facto de estarmos convictos desta posição, enquanto editores mas também enquanto revisores, não significa desconsiderar a figura do revisor. Muito pelo contrário, pois, tal como Conceição Candeias, defendemos veementemente que o trabalho de um revisor é muitíssimo meritório, e que esta é uma profissão muito «precisada de orientação e legitimação» (Candeias *apud* Alfaro. 2009). Esta orientação e legitimação depende em muito do editor que acompanha o trabalho, pois o facto de respeitarmos o princípio de que *o autor tem sempre razão* não implica mimá-lo nem invalida chamá-lo à terra e dar-lhe tantas lições de humildade quantas as necessárias.

Quanto à relação, por vezes conturbada, entre o revisor e as novas ferramentas tecnológicas, principalmente os corretores linguísticos já incluídos no Word, defendemos que são de *aproveitar mas não são de fiar*. Enquanto revisores, utilizamos permanentemente esta ferramenta e a ajuda que presta é inquestionável, pois é ótimo que a correção de muitas gralhas e de muitos erros ortográficos e de concordância não estejam dependentes dos nossos humanos olhos. No entanto, não se pode considerar que estas ferramentas substituem o trabalho de edição e revisão de um texto, como muitas opções estratégicas de muitas editoras dão a entender. Só quem nunca fez um trabalho de edição e revisão pode pensar desta forma.

Cabe ao editor responsável pela publicação de uma determinada obra demonstrar que os problemas de uma revisão automática são idênticos aos de uma tradução automática. Já basta que os preçários praticados, pelo menos em Portugal, sejam tão baixos que muito dificilmente um revisor consegue ganhar 5€ por hora de trabalho. O mínimo que o editor que lhe atribui o trabalho pode fazer é prestigiar o seu trabalho e dar-lhe as melhores condições de trabalho possíveis, em termos de prazos e acompanhamento, já que, na maior parte das vezes, o editor não tem grande influência nos orçamentos e não pode intervir no preçário de revisão.

Convirá salientar que o problema dos baixos preçários e da contenção orçamental não é exclusivo dos revisores e esta realidade não está diretamente dependente das lógicas capitalistas e neoliberais que continuam a ser a norma na gestão das indústrias culturais e criativas, no geral, e do subsetor da edição, em particular. Trata-se de um problema da economia real, uma vez que

as características dos canais de distribuição tradicionais levam a que os editores tendam a produzir um número mínimo de exemplares (cerca de 1500 a 2000) [...]. Este comportamento deve-se, em parte, às características da tecnologia de impressão tradicional (que implica custos unitários muito elevados no caso de tiragens limitadas) e, também, à fragmentação do sistema de distribuição: para que um ou dois exemplares cheguem a um número significativo de livrarias torna-se necessária uma tiragem com um mínimo de dimensão (Furtado. 2009: 283).

Portanto, mesmo com editores muito bem-intencionados, é muito difícil ter condições para pagar decentemente a todos os elos da cadeia editorial, principalmente aos muitos que são requeridos fora dos quadros da empresa. Os custos de uma cuidada preparação de um original até à impressão são muito elevados e requerem grande *criatividade financeira* por parte de um gestor de marca ou de um gestor de produto. A maior parte das vezes, a elaboração de um orçamento exige a participação assídua do editor e um bom e cooperante relacionamento entre editor e gestor. Cabe ao gestor ter em consideração o impacte dos custos no equilíbrio financeiro de uma editora, mas cabe ao editor salvaguardar os interesses do autor e do leitor, em primeiro lugar, e de todos os restantes profissionais que contribuem para a qualidade do produto final. No entanto, a nossa experiência indica que os livros podem ser bons e especiais e ter, todavia, um investimento modesto.

Se um editor tiver de optar entre uma cartolina cara para a capa ou mais dois dias de trabalho do capista, é quase certo que compensa investir no capista. Se tiver de optar entre um papel de miolo de grande qualidade e um trabalho individualizado de paginação, é quase certo que o livro ganhará com a segunda opção. No fundo, o que é mais valioso, mas também mais produtivo e competitivo, é o trabalho dos profissionais. São eles que criativamente contribuem para um bom resultado da criação do autor. São eles que fazem a diferença que importa.

Se um editor, enquanto figura responsável por todos estes pequenos passos processuais que constituem o todo do processo de produção de um livro, *ganhar* o respeito dos seus colegas, porque os considera capazes de elevarem, cada um e todos juntos, a qualidade final de um livro, faz (apenas) o seu trabalho. Ou melhor, faz (apenas) metade do seu trabalho. A outra metade começa quando o livro está pronto.

O circuito do livro corresponde ao «conjunto sucessivo de operações técnicas centradas no livro, que vão desde a elaboração intelectual de uma obra, passando pela sua selecção e aquisição, etc. até ao momento da sua disponibilização aos leitores e/ou consumidores» (Faria e Pericão. 2008). Isto significa que a fase da *disponibilização aos leitores e/ou consumidores* faz ainda parte do trabalho de um editor e que todas as figuras que participam nesta segunda fase fazem ainda parte da cadeia editorial.

O contexto implica a utilização de recursos estratégicos que se consubstanciam nas relações entre diferentes competências humanas, conjugando sinergias e serviços. Ao nível da divulgação de novos títulos, as alianças estratégicas entre as editoras e as redes de mediadores de leitura são muito importantes. Deste modo, é também da competência do editor seleccionar os mediadores adequados a determinado título e otimizar as relações com esses mediadores. Estas parcerias podem influenciar grandemente a receção de uma obra, principalmente quando o seu autor é ainda desconhecido do grande público e, por esse motivo, não desperta nenhum interesse pelas grandes cadeias livreiras.

Conhecer o trabalho dos jornalistas das áreas da cultura e dos críticos literários permite saber a quem se deve enviar determinado título ou a quem se poderá sugerir uma entrevista. Conhecer o trabalho das bibliotecas municipais permite promover ações específicas para determinados públicos-alvo. Conhecer o trabalho de livrarias independentes possibilita propor, por exemplo, sessões de lançamento ou sessões de autógrafos, oferecendo uma atividade cultural e, ao mesmo tempo, contribuir para que essas livrarias possam ter vendas mais significativas. Conhecer o trabalho desenvolvido pelos festivais literários ou atividades municipais permite saber quais estão mais direcionados para o tipo de obra ou de autor que estamos a promover. Conhecer o trabalho de agentes literários permite saber quais terão mais interesse em aceitar incluir determinado autor na sua carteira de clientes.

Tudo isto implica o chamado marketing editorial, não só porque é o editor que constrói esta rede de contactos, mas também porque é ele que elabora ou supervisiona a

elaboração dos conteúdos que constam nas comunicações com a imprensa ou com qualquer outra destas entidades. Deste modo, o trabalho do editor demonstra interesse no trabalho de toda esta rede de mediadores e pode influenciar significativamente o modo como o mercado funciona para determinado livro ou autor.

Um editor é um *trabalhador do conhecimento*, isto é, alguém que «sabe seleccionar, absorver informação e conhecimento onde quer que ele se encontre e com capacidade para aplicar este conhecimento em acções concretas» (Santos. 2004: 146). O editor é, em grande medida, quem contribui para a existência destes ambientes e é o catalisador dos resultados alcançados por via desses ambientes.

Isto requer uma combinação de competências técnicas e criativas e capacidades negociais. Não existe uma formação que abranja todas estas valências, pelo que a qualidade e quantidade de trabalho de um editor depende em grande medida da sua *capacidade natural* para encontrar novas soluções para problemas velhos, como o problema da distribuição do livro, mas também soluções para problemas novos, como é o caso, por exemplo, da promoção de livros e autores nas redes sociais.

Esta já extensa lista de categorias profissionais/funções que habitualmente são tidas como constituintes de uma cadeia editorial, desde que o original é entregue numa editora até ao momento em que a obra é enviada para impressão e/ou distribuição peca, certamente, por omitir mediadores oficiais ou informais. São os professores, os animadores, ou os políticos que tutelam áreas de educação e cultura, ou mesmo os próprios leitores que, nunca deixando de o ser, acrescentam à função da leitura, a função de atores nas redes sociais ou, simplesmente, a de *conselheiros*. Como conselheiros, referimo-nos, nomeadamente, aos amigos e familiares que dizem «Tens de ler isto!» ou «É horrível, não vale a pena leres!»

Outro aspeto a realçar quando descrevemos a cadeia editorial é o facto de que só nas últimas décadas²² surgiram cursos de especialização – sejam eles pós-graduações de carácter mais técnico ou mestrados com um maior desenvolvimento das questões teóricas –, pelo que muitas editoras têm ainda quadros de recursos humanos antigos, formados tradicionalmente com a figura do mestre que transmitia o seu conhecimento empírico aos novos funcionários.

Também é necessário especificar que a cadeia editorial, que vai da criação da obra à venda do produto final, se refere preferencialmente a livros produzidos a partir de

²² Segundo foi possível apurar, o primeiro curso do género foi criado pelo Prof. Dr. Ivo Castro, na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa no ano letivo de 1992-1993.

originais entregues a uma editora por vontade do próprio autor. Isto significa que não desenvolvemos as tarefas implicadas na produção de livros estrangeiros, de livros encomendados, nem de livros escritos com recurso a um escritor que não o autor.

Na cadeia editorial que aqui apresentámos, optámos por acrescentar *figuras pós-venda*. Na verdade, numa cadeia editorial cabem tantas funções quantas aquelas que trabalham direta ou indiretamente com livros e as cadeias editoriais podem ser diferentes consoante o tipo de livros em foco. No entanto, seja qual for o tipo de livro e respetiva cadeia editorial, é certo que o papel do editor é *estar presente* junto de cada elo da cadeia e *ter presente* a importância de todos os elos de determinada cadeia editorial.

3.1.2. Developmental editor

O trabalho de editing exige técnicas precisas que variam conforme o tipo de texto (original ou tradução), o género (literário ou não literário e correspondentes subgéneros) e o destino (livro ou jornal, enciclopédia ou manual escolar, etc.). O objetivo pode ser cativar (tornar o texto mais agradável, mais empolgante), clarificar (no caso de um texto técnico ou científico), corrigir (se estiver mal escrito), encurtar (versão abreviada feita com base num texto extenso), cortar (emagrecer o texto, mantendo o essencial), aumentar (desenvolver ideias, descrições, diálogos).

A inteligibilidade é aqui entendida não apenas enquanto clareza, mas também enquanto coerência e pode obter-se tornando o texto mais lógico, mais coeso, mais claro, mais elegante, recuperando uma ordem cronológica ou dando-lhe características estruturais ou de estilo que acompanham equilibradamente todo texto. A inteligibilidade tem também a ver com as *características ergonómicas da leitura*, o que é uma preocupação prioritária e que vai além do trabalho sobre o texto propriamente dito, mas parte sempre das *necessidades do texto propriamente dito* e do modo como essas necessidades podem ser materializadas na leitura.

A ergonomia de um texto remete diretamente para o seu leitor e para as condições de leitura proporcionadas pelo texto. A forma imediata de entender este conceito tem a ver, por exemplo, com o formato e o peso de um livro, com a maquete que define o tamanho da mancha de texto, a fonte e o corpo de letra, com o conforto do

papel ao toque ou à leitura (um papel brilhante pode ser bom para a qualidade de reprodução de determinadas imagens mas é cansativo para a leitura de textos). No entanto, o próprio texto define as *condições ergonómicas da leitura*, sejam elas de expressão ou de conteúdo.

Entre as condições ergonómicas da leitura do ponto de vista da expressão, realçamos a estrutura do próprio texto, ou seja, se é um texto contínuo, com poucos parágrafos ou capítulos muito extensos, se tem adjuvantes de leitura, como notas de rodapé ou um índice onomástico, por exemplo. No caso de um texto técnico, esta ergonomia formal tem também a ver com a existência de subtítulos, palavras-chave, figuras ou esquemas, sublinhados, conjugação de corpos e tipos de letra, cores ou sombreados, etc.

As condições ergonómicas da leitura de conteúdo são muito mais abrangentes e delicadas e, embora sejam muito importantes para a clareza de um texto jornalístico, técnico ou um ensaio, são determinantes num texto literário. Se for um texto literário com características clássicas, um romance, por exemplo, a forma como se começa a narrativa ou como as personagens são apresentadas e por que ordem, que eventos são nucleares, o tipo e a quantidade de informação relevante e o modo como é dada, etc., são efeitos estilísticos com um peso considerável na qualidade literária intrínseca mas são também a *plataforma de diálogo com o leitor*.

Nos textos literários é nesta plataforma de diálogo com o leitor que o próprio texto se constrói, mas isto significa que esta plataforma, esta ergonomia, tem como objetivo *facilitar a vida ao leitor*. Tudo depende dos objetivos e do estilo do autor e de uma certa autonomia que o próprio texto vai edificando e tudo, naturalmente, pertence à esfera da autoria. O papel do editor, quando faz editing, é *harmonizar*, digamos, autor, texto e leitor, assumindo as funções destas três entidades e procurando as soluções que permitirão a identificação da primeira e da terceira com a segunda. Nem sempre é simples fazê-lo, principalmente porque a figura do autor, nesta fase, detém quase o monopólio das decisões e nós defendemos que assim deve ser. Se, no editing, o editor propõe uma alteração que não faz sentido ao autor, é quase sempre porque 1) a alteração proposta é incorreta, 2) o editor foi capaz de apontar o erro mas não foi capaz de apontar uma solução, ou 3) o editor foi capaz de apontar uma solução mas o autor acabará por encontrar uma melhor.

Na verdade, o modelo subjacente ao editing de textos literários é válido para qualquer texto e até para qualquer tipo de revisão. Sempre que um texto é lido, desde

que a leitura seja anterior à publicação, é sempre uma forma de revisão porque tem sempre presente a possibilidade de resultar numa alteração de autor. Isto sucede com a leitura do melhor amigo do autor, com a primeira leitura do editor e com todas as leituras posteriores, até à ordem de impressão.

Não defendemos que o editor se distancie das questões mais comerciais, que estão presentes desde o momento em que um texto original é selecionado para publicação. Se o editor é a figura mais bem posicionada para acompanhar todas as fases da vida do livro, é-o naturalmente nas questões que envolvem a divulgação de uma obra. No entanto, na fase de editing de um texto, essa preocupação é só uma meta final e, para lá chegar nas melhores condições, há muitas outras metas a serem alcançadas. A primeira é conquistar a confiança do autor, pois sem ela será uma *guerra* permanente e desgastante para ambas as partes, a qual dificultará até o retirar de uma vírgula entre sujeito e predicado. Para que o autor deposite o seu texto nas mãos de um editor tem de ter a certeza de que esse editor o compreende, ou melhor, que compreende o seu texto, a sua individualidade, a sua exclusividade. Ultrapassada esta meta, que nem sempre é fácil, mesmo com o mais compreensivo editor e o mais humilde autor, todas as outras são possíveis e a preparação de um texto para publicação entra naquilo a que podemos chamar *velocidade de cruzeiro* e chegará a todos os portos na data prevista. Estamos assim nas melhores condições para chegar ao leitor e à correspondente performance comercial.

Este editor, o que faz o editing, torna-se a pessoa que melhor conhece o livro e o seu autor. Portanto, convém que, mesmo no caso de este editor não ser o editor responsável, ele esteja muito próximo do marketing do livro, pelo menos do *marketing editorial*. Em conjunto com o resto da equipa do marketing, este editor saberá dizer se o autor é ou não um bom comunicador, e portanto está ou não apto para entrevistas; se o seu público circula ou não em centros comerciais ao fim de semana e, por isso, as sessões de apresentação devem ser junto da banca dos cachorros quentes, ou, pelo contrário, devem ser em pequenas associações culturais; se é ou não pertinente focar aspetos da sua vida privada nos textos a fornecer à comunicação social, pois, como qualquer editor sabe, esses textos são quase sempre reproduzidos *ipsis verbis*, etc., etc.

Como qualquer subcategoria do marketing, o marketing editorial deve dar o maior relevo ao perfil do público-alvo e, idealmente, toda estratégia de marketing deverá dirigir-se a este público. O público-alvo não se diferencia somente por idades e por grandes segmentos de *gosto* ou, melhor dizendo, de perfis de consumo, pelo que a

sua caracterização, idealmente, deveria ser alvo de um brainstorming específico: quem são os potenciais leitores? Como são os potenciais leitores? O que interessará aos potenciais leitores? Como deve a editora ajustar o projeto ao potencial leitor?

Sabemos que um novo título é sempre um produto pautado pela incerteza, no sentido em que o seu editor tem dificuldade em prever a procura do bem produzido. O editor, particularmente no caso de um texto original de um autor desconhecido, não tem o suporte de vendas anteriores de outros títulos do mesmo autor e muito menos dados acerca da performance comercial noutros países, nem dossiê de imprensa, nem sequer uma capa ou uma fotografia do autor. É tudo feito de raiz, pelo que é essencial ter uma visão clara do livro e do autor para desenvolver estratégias para captar a atenção do consumidor.

Esta incerteza constitui um avultado risco económico porque a única certeza é o investimento que foi necessário para produzir o livro. No entanto, se a editora tiver alguma experiência, saberá que a sua sustentabilidade reside nos títulos do seu catálogo que têm vendas seguras, mesmo que não sejam os típicos best-seller. São estes títulos, e o saldo económico positivo que proporcionam, que permitem colmatar as potenciais perdas derivadas de fracassos editoriais. Estes fracassos são muito mais prováveis com livros de autores desconhecidos ou com um tipo de livro que, por ser muito inovador ou muito diferente, não tem ainda formado um público-alvo – como no caso de qualquer outro produto comercial, no fundo, pois podemos sempre questionarmo-nos se o frigorífico veio satisfazer uma necessidade ou se veio criar uma.

O editor pensa em tudo isto ao mesmo tempo que decide se deve propor ao autor que introduza uma personagem três capítulos à frente ou se o capítulo final deve ser o primeiro da terceira parte do livro. Pensa em tudo isto, quando tranquiliza o autor acerca do prazo para revisão de provas, sabendo que os dois dias que lhe dá a mais significam perder o seu próximo fim de semana. É este o seu trabalho porque estamos a falar de um *developmental editor*, uma figura já bastante conhecida no meio anglo-saxónico, mas ainda uma quase novidade em contexto europeu ou nacional. Não que este tipo de editor não exista, e qualquer editor sabe isso porque é muito provável que cumpra todos estes requisitos no seu dia-a-dia de trabalho, apenas não se reflete acerca dele.

O *developmental editor* «must understand the rules of that market's game to ensure that the manuscript develops into an excellent competitor» (Norton. 2009: 20). Ou seja, este editor deve investigar a concorrência, calcular as expectativas do mercado e conhecer o lugar reservado ao livro, tanto dentro da editora que o publica como no

mercado a que se destina. Investigar a concorrência é um trabalho muito vasto que vai desde o mais básico, que é conhecer os autores e as obras que competem pelo mesmo segmento de mercado, até fazer *espionagem industrial* (dentro da legalidade, bem entendido), o que pode ser ir a lançamentos de livros da concorrência, visitar os seus stands em feiras e acompanhar as suas agendas culturais e newsletters ou redes sociais.

Calcular as expectativas do mercado implica conhecer os números de vendas de livros anteriores do autor ou a sua evolução de vendas desde que começou a publicar, para ser possível experimentar novas soluções perante números demasiado modestos ou ter a noção do que é mais apelativo para o leitor-alvo. Para isto, é muito importante estar presente no maior número possível de ações onde os livros ou o autor estão presentes para assim compreender até que ponto o público é atraído pelos títulos das obras, pelas capas, pelas notícias ou, simplesmente, pelo carisma de um autor. Também neste tipo de ação se aconselha a maior discrição e disponibilidade para *ouvir os leitores reais* durante o intervalo do café num festival literário ou a passear numa livraria ou num stand de uma feira.

Conhecer o lugar de cada livro implica, primeiro de tudo, saber qual é esse lugar dentro da própria editora que publica a obra. Todas as editoras têm as chamadas *apostas* e todas, quer queiramos quer não, têm autores de primeira e de segunda. Portanto, faz toda a diferença ter a noção exata se determinado livro terá todas as atenções dos comerciais e gestores de produto ou se, por outro lado, o primeiro trabalho a fazer é conquistar os próprios intervenientes na cadeia. O mesmo se passa com o lugar que a obra tem no mercado. Como em tantas outras áreas da economia, quanto menos um produto é conhecido, menos investimento terá para ações que possam dá-lo a conhecer e, quanto menos investimento tiver, menos será conhecido, e assim sucessivamente. É um contrassenso, mas é um contrassenso com que lidamos diariamente.

O novo livro de um autor que é já um sucesso comercial tem direito a um anúncio na televisão, mesmo que as livrarias e supermercados tenham pilhas de livros junto das caixas. Não temos conhecimento de dados estatísticos que comprovem que este excesso de notoriedade influencia verdadeiramente o incremento das vendas, pelo menos na proporção do investimento feito em campanhas publicitárias. Sabemos, no entanto, que, relativamente a um livro novo de um autor desconhecido ou com pouca obra publicada é já uma grande vitória conseguir que ele esteja presente nas livrarias, sendo uma vitória maior ainda conseguir que as livrarias aceitem alguns exemplares de títulos anteriores do mesmo autor no momento de lançar um novo. Facilmente se

compreende que, se um livro não estiver nas livrarias tem muito mais dificuldade em ser vendido, sendo que é o volume de vendas que, em grande medida, determinará se se continua a apostar num autor ou se o deixamos cair. Será uma contradição? Será injusto? Sem dúvida.

Do ponto de vista comercial e cultural, o grande objetivo de qualquer editor, e editora, é estar associado a livros *ideais* e um livro ideal é um livro que faz «a big splash on the front list and then also has “long legs” on the backlist» (Norton. 2009: 21). Sim, é este o Eldorado da edição: um livro que é um sucesso no momento em que sai e que assim continua por muitos e bons anos. Poucos o conseguem, e facilmente se compreende, mesmo sem números oficiais por parte das editoras, que dentro deste exclusivo clube estarão livros como o *Memorial do Convento*, de José Saramago, com a sua 1.^a edição em 1982 (Editorial Caminho), e que tem a sua mais recente edição datada de 2016 (Porto Editora).

A autopublicação e venda por via eletrónica é um contexto ainda muito recente e é difícil ter uma ideia clara do que está a acontecer. O que já se sabe é que, com o advento da publicação eletrónica, muitos autores controlam sozinhos todas as fases de produção, divulgação e venda dos seus próprios livros. Esta total autonomia acarreta óbvios riscos quanto à qualidade do resultado final do produto, uma vez que nada é acompanhado por profissionais. Há que reconhecer que o enorme leque de possibilidades apresentado pelas novas tecnologias de comunicação promove um enriquecimento da diversidade de produtos e das formas de lhes aceder. Todavia, o aumento da democracia na criação e da democratização do acesso é feito à custa da crescente ausência de controlo de qualidade tanto do lado da criação como do lado do acesso.

Este tipo de estratégia editorial pode ser particularmente nocivo no meio editorial literário, pois só um tratamento editorial profissional, completo e diferenciado, poderá fazer frente a um contexto em que

authors can set up their own sites [...] include appendixes that would otherwise inflate the length and cost of the printed book; [...] audio and visual files that support comprehension of the printed text [...] listservs and blogs devoted to the book's subject (Norton. 2009: 216).

O *developmental editor* deve, portanto, estar consciente deste novo tipo de funcionalidades que os autores têm atualmente disponíveis e, por isso, deve ser capaz de lhes propor mais-valias que os levem a preferir trabalhar num contexto editorial profissional. No entanto, é preciso ter em atenção que este contexto editorial profissional, onde se movem estes *developmental editors*, é dispendioso e que a maior fatia do preço final dos livros nem sequer é para a editora. A divisão dos valores não é sempre igual e depende da força negocial das partes, mas podemos afirmar com segurança que a maior percentagem pertence aos intermediários, aproximadamente 40% para o armazenista/distribuidor e 40% para os livreiros. A editora fica com os restantes 20%, com os quais paga os direitos de autor (geralmente 10%), e todos os custos de pré-impressão (*developmental editor* incluído), impressão, promoção e apoio ao consumidor.

A questão do valor do trabalho de um *developmental editor* é ainda mais sensível porque é quase impossível contabilizar até que ponto um livro vende mais com um trabalho de *developmental editing* do que sem ele.

3.1.3. O editor de textos originais literários

Scott Norton, no seu *Developmental Editing*, aponta uma lista de princípios, ou regras, para nortear o trabalho dos *developmental editors*, que é muito adequada às funções de um editor de textos originais, particularmente no caso de textos literários. Os princípios defendidos por Scott Norton representam não só o que muitos editores fazem desde sempre, mas também aquilo que nós defendemos ser o traço distintivo do editor do futuro. Por um lado, porque, seguindo os princípios enunciados, o editor, ou melhor, o *developmental editor*, é a figura da cadeia de construção de um autor e respetiva obra que, idealmente, melhor conhece o autor e o seu trabalho. Por outro lado, entendemos que este editor, protagonizando as funções que apresentaremos de seguida, se distancia dos métodos mais *mecânicos* e *empresariais* que podem mais facilmente ser cumpridos por outros elementos, como os *coaches*, agentes literários e gestores. Todavia, cumprindo este conjunto de regras, o editor salvaguardará o seu papel *insubstituível*

porque ganha uma visão abrangente de tudo o que envolve o desenvolvimento da obra e da carreira de um escritor. São 12, as regras enumeradas por Scott Norton (pp. 5-7):

REGRA 1: Ser realista – definir o objetivo mais ambicioso entre os que são possíveis alcançar. Todos os autores, obras e condições de produção, promoção e venda têm os seus limites e a melhor forma de os otimizar é ter a noção exata do seu *ponto máximo*. Por exemplo, mesmo entre os bons autores, nem todos terão o potencial para virem a ser autores largamente premiados. Ou nem todos têm obras com características simultaneamente literárias e comerciais que permitam cumprir o desejo de um autor poder viver da escrita.

Mesmo entre as boas obras, todas têm um limite e haverá sempre *falhas* que não poderão ser corrigidas sob pena de adulterar a sua essência. É sempre notório uma obra que se põe *em bicos de pés*, que esticou demasiado a corda do aperfeiçoamento. Noutro exemplo, mesmo que se possam fazer livros esteticamente agradáveis e com características materiais que os diferenciam a custo moderado, nem sempre é possível concretizar todas as boas ideias gráficas que o editor, o autor e o gráfico gostariam.

REGRA 2: Fazer um plano – o plano inicial deverá contemplar uma série de suposições que podem de uma forma ou de outra interferir com o projeto.

Nada é mais importante do que contemplar o máximo de imprevistos que todos os projetos podem ter e que transtornam necessariamente o plano inicial. Por mais simples que um projeto aparente ser, por mais experiência que tenham todos os envolvidos, a única certeza é que haverá problemas que não foi possível prever ou que ultrapassam o nível de dificuldade inicialmente contemplado. Assim, muito raramente é tempo perdido preparar planos B, C e D, tanto para as fases de criação como para as fases de produção.

REGRA 3: Definir a logística, tanto física como humana – explicitar quem, como e onde vai fazer o quê, quando e em que ordem. Desta forma, evitam-se desperdícios de energia anímica, pois todos sabem o que é suposto fazerem e todos sentem o seu contributo valorizado e respeitado. Esta definição também permite reagir melhor e mais atempadamente aos imprevistos que certamente ocorrerão.

REGRA 4: Agir com entusiasmo – não aceitar projetos que não despertam verdadeiro interesse.

Esta regra tem muitas vezes de ser ultrapassada ou contornada. Seja porque o editor não é autónomo na escolha dos trabalhos que acompanha seja porque, sendo autónomo, nem sempre tem condições de recusar um projeto. Neste caso, é necessário

encontrar formas de *criar entusiasmo*. É quase sempre possível encontrar os motivos de interesse imprescindíveis do ponto de vista da edição. Se há figura que nunca pode desanimar em nenhuma fase é o editor, porque é certo que quase todos os restantes envolvidos terão momentos de desinteresse ou frustração e o editor é a figura que acompanha todos em tudo, pelo que tem de encontrar a forma de todos se sentirem motivados e empenhados. Só assim o produto final terá o melhor resultado possível.

REGRA 5: Saber o momento certo para parar – revisões sucessivas intermináveis irão minar os esforços do *developmental editor* para resolver passagens mais problemáticas de um texto.

Esta regra está diretamente relacionada com a primeira. Há inúmeras hipóteses de corrigir as fragilidades de um texto e haverá sempre a tendência para encontrar uma nova de todas as vezes que se revê. A probabilidade de encontrar a *melhor solução* depois de um livro estar terminado também é grande. Há que resistir a essa tentação, até porque é função do editor controlar os momentos em que o próprio autor sofrerá inevitavelmente com ela.

REGRA 6: Lembrar-se do leitor – o livro apela ao público-alvo?

Nunca é de mais reforçar o objetivo último de um livro: o leitor. Todo o processo de produção de um livro, tanto o conteúdo como a forma, deve ter em mente o leitor final e deve adequar-se a ele. Esta preocupação não tem, necessariamente, de ser prioritária para o autor, mas tem de o ser para o editor, desde o primeiro contacto com a obra.

REGRA 7: Definir metas – o plano de desenvolvimento deve incluir metas concretas em intervalos regulares que dão tanto ao *developmental editor* como ao autor uma sensação de realização.

Esta regra tem uma relação direta com a terceira. Como qualquer outro projeto de difícil concretização, a produção de um livro é muito exigente e desgastante para todos os envolvidos, principalmente o autor e o editor. Estas submetas ajudam a respeitar o plano e são a melhor forma de ultrapassar os frequentes momentos de frustração (já mencionados na regra n.º 4).

REGRA 8: Ser discreto – dar todas as sugestões de uma forma honesta e respeitosa.

O *developmental editor* deve ser o leitor técnico, capaz e fiável de que todos os autores precisam, principalmente nas últimas fases do processo criativo. As sugestões deste editor devem ser tecnicamente argumentáveis, porque um autor precisa de saber

que as sugestões do seu editor não dependem do seu *gosto* nem do *estado de humor*. Devem também ser a prova da capacidade de leitura e interpretação de todos os níveis do texto, pois só assim se conquistará a confiança do autor. Devem ainda ser totalmente *exclusivas, unicamente possíveis no contexto em questão*, porque a esfera da autoria tem de ser protegida e o autor tem de ter a certeza de que o seu editor não tem um *padrão de sugestões* que aplica em todos os livros em que trabalha.

REGRA 9: Ser sincero – ser claro e firme.

Esta regra descende diretamente da anterior. A honestidade das opiniões do *developmental editor* deve ser inquestionável para o escritor porque só isso permitirá que o editor seja o *freio* nos momentos de *delírio* em que o autor inevitavelmente tropeça. Daí a importância de as opiniões e sugestões do editor serem claras e firmes, porque este editor é frequentemente uma *figura de autoridade* reconhecida pelo autor. Essa autoridade tem de ser imposta com muita parcimónia, mas também ser inquestionável quando é necessário. Se um texto é mau, não pode ser bom, se um prazo é absolutamente intransponível, não pode ser elástico. É função do *developmental editor* elucidar o autor acerca de todas as consequências dos atos e decisões do autor. Este tem, naturalmente, a última palavra, mas tem de saber quais as consequências das suas decisões.

REGRA 10: *Escutar* ativamente – o *developmental editor* deve ser capaz de *traduzir* a mensagem de um texto com as suas próprias palavras para demonstrar ao autor que realmente entendeu o que o seu texto significa. Os autores precisam, em muitos momentos, de saber que estão a ser exaustivamente compreendidos. O editor tem de mostrar que compreende totalmente uma obra e que compreende o que pode resultar da mais pequena alteração introduzida.

REGRA 11: Brainstorming conjunto. Todas as decisões-chave acerca de uma obra devem ser ancorados numa fervorosa e entusiasta discussão.

O autor precisa de poder ver no seu *developmental editor* alguém com quem pode partilhar as suas dúvidas mais ingénuas ou os seus medos mais primitivos, sabendo que ele não concordará necessariamente com tudo e que vai confrontar cada decisão sua com uma análise de causa-efeito exaustiva. Esta regra está diretamente relacionada com as duas regras imediatamente anteriores.

REGRA 12: Manter o plano atualizado – esta tarefa de *secretariado* contínuo pode ser entediante, mas abandoná-la a meio de um processo pode resultar num projeto

mais frágil porque foi alvo de *soluções* que não foram devidamente preparadas, o que as torna apressadas, amadoras ou desviadas da sua natureza e objetivo.

Todas as regras são importantes, mas esta pode ser a mais decisiva. O respeito pelo plano e a vigilância permanente da sua execução podem salvar ou condenar um projeto. Nesta última regra, não se pretende impor uma rigidez que não combina com o trabalho de criação e que pode até condená-lo. Os planos podem ter de ser alterados muitas vezes; pode ser preciso recuperar todos os planos B, C e D previstos na regra n.º 2; tudo pode ser questionado e reformulado. No entanto, é função do *developmental editor* manter o plano sob controlo, assim como é dele a responsabilidade de manter todos os envolvidos na produção de um livro informados das alterações ao plano A.

Atualmente o editor de textos literários originais sobrevive num mercado do livro que se concentra em obter dividendos imediatos, ou seja, num pequeno número de títulos que vendem muito. O mercado de livros que vendem mais modestamente está ameaçado de extinção, muito embora surjam diariamente muitos projetos alternativos e direcionados para nichos de consumidores que, claramente, não se identificam com o meio editorial industrializado. A consequência principal deste tipo de contextos é que deixa de haver espaço para projetos intermédios, tanto em termos empresariais como em termos de produtos. Assim, a espiral entre as periferias inovadoras e o centro pré-formatado e conservador é interrompida, porque não tem editoras, editores e autores entre os dois extremos.

A *visão de curto prazo* na edição de obras literárias é contranatura. A indústria tem sido tradicionalmente um negócio a longo prazo que observa o desenvolvimento gradual de autores e a construção de um sólido catálogo. Hoje em dia, as editoras estão constantemente à procura de novos talentos e sabem que têm de assumir riscos, mas se os novos escritores não funcionam bem do ponto de vista comercial num curto espaço de tempo, as editoras perdem rapidamente o interesse. Um autor novo pode ter uma primeira ou segunda obras com boa recetividade por parte da crítica – o que, já de si, é muito bom – e, mesmo assim, deixar de ser apoiado pela sua editora porque as vendas desses primeiros livros são fracas. As editoras esquecem-se frequentemente que o seu papel é especialmente importante no desenvolvimento das carreiras dos seus autores. O sucesso da carreira de um autor depende não apenas do valor de mercado das suas obras, mas também do seu valor simbólico. Esse valor simbólico depende, naturalmente, do valor intrínseco da obra, mas depende também do capital simbólico acumulado pelo editor e pela editora que representa esse autor. Nenhum destes valores é

alcançado com uma visão de curto prazo. Tanto o valor do autor como o valor da editora dependem em grande medida do trabalho consistente e resiliente que desenvolvem ao longo de anos.

4. RELAÇÃO EDITOR-AUTOR

A edição pressupõe uma rede dinâmica e funcional de atores, na qual a qualidade e eficiência das relações depende de cumplicidades, complementaridades, partilhas e códigos de atuação explícitos e implícitos. Desta rede participam *atores diretos*, como o editor e o autor, mas também os outros colaboradores, como paginadores, gráficos, revisores ou gestores, assim como *atores indiretos*, como agentes literários, profissionais de comunicação, distribuidores, livreiros, críticos, etc. São as *circunstâncias particulares* de produção exigidas por cada título específico e das *circunstâncias gerais*, tais como a dimensão, a estrutura e a estratégia da editora, que definem o papel de cada ator na rede.

Portanto, a maneira de trabalhar de cada ator influencia e é influenciada pela maneira de trabalhar da editora em que se inscreve. Assim, o resultado final, o livro na sua totalidade, dependerá das características organizacionais da empresa ou instituição, da especificidade de cada obra, e das de cada um dos atores que nela intervêm, das condições concretas, como prazos ou orçamentos e de fatores intangíveis associados às relações de poder entre todos os implicados. O ambiente que envolve a produção, promoção e comercialização de cada novo livro é um conjunto de fatores, de ordem material e imaterial, os quais podem desenvolver *climas de tensão* inerentes à complexidade de todo o sistema. Facilmente se compreende que o nível de tensão está diretamente relacionado com os *níveis de tolerância e respeito* entre cada um dos atores dentro de uma equipa e entre equipas. O editor é uma figura central nesta rede, pois faz parte das suas funções acompanhar todas as fases da vida de um livro, e é o principal responsável pelo clima vivido nessa rede de atores.

O processo de publicar um livro é «fruto de um conjunto de circunstâncias e condicionantes, posições ideológicas, possibilidades técnicas e tecnológicas, contextos de produção» (Gonçalves. 2013: 26). A sua atuação implica competências muito distantes entre si, mas «la première de ses activités est indéniablement intellectuelle. Il faut savoir lire» (Perez. 2006: 41). Diretamente associada a esta primeira atividade intelectual está o trabalho com o autor do texto que lê, seja qual for o tipo ou fase dessa leitura e essa relação, como qualquer outra, parte de uma crua realidade. Como a define David Foster Wallace: «eu nunca saberei o que você pensa de facto, e você nunca

saberá o que eu estou a pensar. Eu não sei nada sobre o que é ser você» (Wallace *apud* Freeman. 2013: 75).

É esta a crua realidade que está no cerne de todas as relações humanas e é ela também «o motor principal da arte da narrativa» (Wallace *apud* Freeman. 2013: 75). Portanto, editor e autor lidam duplamente com esta crua realidade, tanto na relação entre eles, enquanto pessoas, como na relação que estabelecem enquanto profissionais, sendo que, neste segundo caso, têm ainda de lidar um com o outro e com o trabalho sobre um texto literário pelo meio. Por melhor que seja a relação pessoal, a relação profissional dificilmente estará livre de algum tipo de conflito, principalmente porque o editor trabalha diretamente sobre uma criação do autor. Para o autor, permitir que alguém mexa no seu texto será o equivalente a um pai deixar alguém educar os seus filhos, por maior que seja a confiança, é compreensível que haja momentos de alguma turbulência.

De qualquer das formas, «la rencontre avec un éditeur est un moment crucial de la vie de l'auteur. Et vice versa. L'un a besoin de l'autre» (Perez. 2006: 61). Neste delicado jogo de necessidades, será pertinente esclarecer que a relação entre o autor e o seu editor, «n'est pas une relation de maître à esclave, ni dans un sens ni d'autre. Le rapport de force est plus nuancé» (Perez. 2006: 165).

Por muito que autor e editor procurem ter uma relação equilibrada, o certo é que é o segundo quem está ao serviço do primeiro. Por dever profissional, naturalmente, mas também devido ao respeito que o autor merece sentir por parte de toda a sociedade, dado que, através do seu trabalho, e segundo Sophia de Mello Breyner Andresen, o autor «influenciará necessariamente, através da sua obra, a vida e o destino dos outros. [...] irá contribuir para a formação duma consciência comum» (Andresen. 2003: 74). Nem mais nem menos, e quanto mais o editor tiver presente este facto, mais todos os restantes colaboradores o terão. No fundo, o editor deverá representar a gratidão que toda a sociedade deveria ter pelos seus artistas. Sabemos que não é desta forma que se comporta a sociedade, mas isso não deve diminuir a *gratidão do editor*. Ao contrário, na medida do possível, o editor deverá procurar compensar a falta de gratidão da sociedade, a começar por minorar, disfarçar ou diluir a falta de gratidão que poderá existir na própria editora.

Um autor é a «pessoa física ou colectividade que cria uma obra literária, artística ou científica ou é responsável pelo seu conteúdo intelectual» (Faria e Pericão. 2008). Um autor é também aquele que, segundo o escritor Don Delillo, «prefere manter-se nos bastidores, observar sem ser visto. [...]. Teoricamente, é isso que distingue um escritor

do resto das pessoas. Vemos e ouvimos com maior clareza» (Delilo *apud* Freeman. 2013: 258).

Muito embora, a criação do conteúdo de um livro possa ser realizada por um só autor ou por uma equipa de redatores, pesquisadores, coautores ou ilustradores, o foco do presente estudo é um autor individual. Este autor oferece ao editor os direitos de reprodução industrial do manuscrito, cabendo ao último todo o trabalho que conduz à publicação desse manuscrito. Cabe ao editor sugerir alterações ao autor, com vista a limar o texto, aumentar o seu potencial e adequar o livro ao mercado, sendo que, no caso em estudo, se entende este *mercado*, não no estrito sentido económico mas no sentido de adequar o livro ao seu leitor, ao seu público-alvo, que, naturalmente, pertence ao mercado. Essas sugestões de alteração passam pela edição do texto, mas passam também por alteração ou acréscimo de elementos que possam beneficiar a utilização/comercialização do livro pelo seu leitor. Estes elementos podem ter a ver diretamente com o texto, como notas de rodapé ou índices, mas podem também ter a ver com os conteúdos a colocar na capa ou nos materiais de divulgação da obra.

Com vista a desenvolver cabalmente o seu trabalho, o editor deve ser alguém para quem a leitura é algo genético, algo que pertença à sua natureza mais profunda. Um editor tem de ler muito e tem de o fazer com um entusiasmo genuíno e constante. Só assim conseguirá manter, simultaneamente, os níveis de atualização adequados e uma curiosidade incessante, algo próximo de uma certa ingenuidade que lhe permita (ainda) maravilhar-se com um texto literário e com o poder da literatura.

O editor é também um *primeiro leitor*, uma das primeiras pessoas a ler o texto, ainda inédito, que vai tornar público. Esta *primeira leitura* é muito delicada porque é a leitura de material ainda não fechado e dela resulta um primeiro conjunto de prós e contras do texto, que dará origem a um primeiro conjunto de sugestões por parte de um editor. Não sendo ainda a leitura frase a frase, é desta primeira leitura que *sai* o corpo do futuro texto definitivo, pelo que dela e por causa dela resultam as primeiras impressões do editor que, em muito, definirão os futuros passos de toda a produção do livro.

Esta primeira leitura marca também o registo da relação editor-autor ao longo de todo o processo, até ao livro final. Como se compreenderá, o autor espera o resultado desta leitura sempre com grande ansiedade. Será ou não do agrado do editor? O editor considerará ou não que aquele texto marca o crescimento do autor enquanto criador? O editor ficará ou não entusiasmado com ele? Da parte do editor, a ansiedade não é menor e, ao fim ao cabo, as perguntas levantadas são as mesmas, assim como são as mesmas as

respostas desejadas. Se as respostas não forem positivas, o papel do editor está imediatamente dificultado. Nunca é fácil dizer a um autor que o original entregue não é muito bom, fantástico, a sua melhor obra. No entanto, se o resultado desta primeira leitura não for o esperado, compete ao editor dizê-lo ao autor com toda a clareza. Por um lado, porque o autor precisa de confiar no discernimento do seu editor, por outro, porque autor e editor sabem que todo o processo será mais gratificante se souberem ambos que estão a trabalhar numa obra ímpar. Talvez a primeira leitura seja o passo mais importante da vida de um livro e dela depende a verdadeira pertinência da existência do editor enquanto figura que medeia a ligação entre a obra do autor e o seu leitor.

Se perante os novos *media*, outros contextos e mercados parecem prescindir da figura do intermediário (como acontece com a produção musical que reduziu a importância do papel das editoras e canais de distribuição físicos), porquê a urgência pelo editor? (Gonçalves. 2013: 150)

Esta primeira leitura marca ainda o que se entende por publicar, que é, «em todas as fases, como um espaço de escrita, como processo que nunca se demite da criatividade e da crítica» (Gonçalves. 2013: 167).

Christian Bourgois²³, no texto de agradecimento pelo Prémio Mérito Editorial de Guadalajara²⁴, diz, num excerto que consideramos particularmente comovente:

Manda a tradição da nossa profissão [...] que sejam os autores a receber um prémio e que os seus editores os acompanhem [...]. Acabo de vos falar, por mau hábito, em “meus” autores. Trata-se de uma expressão sem dúvida imprópria: [...] no fundo os autores não nos pertencem. Antes lhes devemos fidelidade, atenção e gratidão pela dádiva que nos fazem cada vez que nos confiam um novo manuscrito – sem que isso nos obrigue, bem entendido, a calar as nossas eventuais críticas nem a publicá-lo doa a quem doer, cegamente. (Bourgois. 2013: 52)

²³ Christian Bourgois (1933-2007) foi um editor francês (Éditions Christian Bourgois).

²⁴ O Prémio Mérito Editorial de Guadalajara é da responsabilidade da Feira Internacional do Livro de Guadalajara, México.

Somente desta forma se constrói uma sólida relação com cada autor, mas não só. Entendemos que esta é também a única forma de construir uma carreira enquanto editor e auxiliar um autor a que construa a sua. Porque a qualidade do trabalho de cada escritor resulta da e na qualidade de trabalho de cada editor. Muito embora na sombra, o trabalho do editor é totalmente público, está à vista de todos, é o seu catálogo. A lista de autores e obras que tanto deve ser motivo de orgulho para o editor como para cada um dos autores nela presentes.

Os autores de uma mesma editora podem ou não construir uma relação pessoal, podem ou não ter algumas crispções e invejas, alguns ciúmes. No entanto, todos preferem orgulhar-se dos seus colegas de catálogo. Quando um escritor estreante me pergunta para onde deve enviar o seu original para apreciação editorial, respondo sempre que só deve enviá-lo para as editoras que fazem os livros que tem em casa. Sentir-se no seio de autores e de obras que admira é o primeiro passo para uma relação autor-editora de sucesso. Naturalmente, o catálogo dessas editoras só é bom se for coerente e essa coerência é visível no que lá está mas também no que lá não está, pois, «A coerência do catálogo é para mim essencial: ele diz ao mesmo tempo o que reivindica e, de forma implícita, o que recusa» (Bourgois. 2013: 53). A admiração do autor por determinado catálogo e, por conseguinte, pelo editor responsável por esse catálogo só se completa na admiração que o editor tem pelos *seus* autores. Esta admiração só é verdadeira e completa, se o editor admirar os criadores, admirar o ser-se criador. A admiração revê-se totalmente nestas palavras de Christian Bourgois:

Sempre tive grande consideração pela criação artística, seja ela literária ou outra, e, por conseguinte, pelos criadores. O talento de um político ou de um empresário, e conheci vários muito brilhantes e famosos, por maior que seja nunca me impressionou tanto como a energia de um artista, mas também a solidão que ele deve a maioria das vezes enfrentar. É necessário amar os artistas, considerar que no fim eles têm sempre razão. [...] e nenhum insucesso editorial me fez mudar de ideias quanto a esse ponto decisivo. (Bourgois. 2013: 54)

O trabalho de um editor só tem sucesso se for sincero, se a admiração que tem pelos criadores e respectivas criações for sincera, mesmo funcionando no seio «de uma indústria que luta por cada vez menos despojos» (Freeman. 2013: 192). Mesmo neste caso, o amor que um editor tem pelos seus autores tem de ser superior ao que tem por si

próprio enquanto profissional. O que é melhor para o autor tem de ser preferível ao que é melhor para si próprio. Por exemplo, se um autor nos apresenta um original de um género que não estamos habituados a publicar, só temos duas opções: ou nos tornamos muito rapidamente bons editores desse género ou sugerimos ao autor que leve essa obra a outro editor.

A ganância própria de ambientes empresariais agressivos, como é o editorial neste momento, ditaria que é preciso *segurar* esse autor e a totalidade da sua obra. Muitas vezes isto sucede porque receamos perder o autor e não só aquele original específico, mas só corremos esse risco se o outro editor se revelar melhor do que nós e não devemos temer esse tipo de concorrência e avaliação. A confiança de um autor no nosso trabalho é construída obra a obra e conquistada dia após dia, e só desta forma o editor merece a lealdade do seu autor e nenhum contrato deve afirmar o contrário. O mérito deve ser verdadeiro porque colocado em causa a cada novo livro, mesmo que, «Comme partout, le trafic d'influence est inévitable.» (Perez. 2006: 310) A relação do autor com o seu editor deve ser resistente a estes jogos de influência. Se, como afirma Robert Gottlieb «a relação de um editor com um livro deve ser invisível» (Gottlieb *apud* Henriques. 2008: 8), também o deve ser a relação entre o editor e o autor, e assim deve resistir ao tal tráfico de influências.

Como qualquer outra relação, a relação editor-autor deve ser empática. Idealmente, deverá sê-lo nos dois sentidos, mas, se isso não for possível, deve sê-lo no sentido editor-autor. A empatia é a capacidade de alguém se colocar no lugar do outro e de intuir o que essa pessoa está a sentir. É a capacidade de ir ao encontro do outro e de procurar ver o mundo com os seus olhos. A empatia é muito mais do que uma capacidade vocacional necessária para sobreviver no mercado de trabalho, no geral, e no meio editorial, em particular. A empatia é uma ética para a vida e assim o deverá ser na edição.

A *empatia* é também uma qualidade essencial na edição de texto e na relação entre editor e autor, tanto no momento em que o editor faz a edição do texto do autor como no momento em que o editor expõe essa edição ao autor. A forma como o editor aponta as sugestões de alteração ao autor faz toda a diferença na forma como o autor as vai receber e acatar (ou não). Isto porque se um autor se sentir posto em causa, sente-se em risco e coloca-se numa posição defensiva, tendendo a recusar todas as sugestões do editor. Por isso, o editor deve ser empático com o autor no momento de apresentar as suas sugestões de alteração ao texto. Assim o autor sentirá a empatia com que o editor

editou o seu texto e com que as apresenta. O autor sentirá que o editor o respeita, enquanto pessoa e enquanto criador, porque sentirá que o editor respeitou o seu texto.

Ser empático requer uma sensibilidade constante para com as mudanças que se verificam no outro e deverá permitir perceber se o outro está com medo, raiva ou com dúvidas. Ser empático implica ser um companheiro fiável para o outro e para o seu mundo interior, afastando qualquer tipo de preconceitos. Não ser empático acarreta inúmeros problemas de difícil resolução, mesmo que remetam para coisas pequenas e aparentemente sem importância.

Muitas vezes é a acumulação de pequenos e corrosivos detalhes – telefonemas por retribuir, e-mails por responder, atrasos habituais, a sensação desconfortável de que a pessoa que está a lidar connosco está com pressa, desorganizada ou tem outros clientes mais importantes do que nós – que desgastam a boa vontade e a confiança na qual toda a interação comercial se baseia, pondo fim ao que começou como uma relação positiva. (Navarro. 2011: 23)

Portanto, ser empático é, enfim, escutar o outro e facilmente se compreende que o editor deve ser capaz de escutar o seu autor. Este *escutar* remete para uma ação complexa e por isso «o carácter chinês para “escutar” é de facto bastante complexo: contém os caracteres para “orelha”, “olhos”, “coração” e “atenção não dividida”. Existe uma diferença enorme entre escutar e escutar empaticamente» (Navarro. 2011: 31). Escutar o autor transforma qualquer conversa numa conversa confortável, também para o editor porque «quando há conforto, a comunicação é mais eficaz, tornamo-nos mais persuasivos e as transações realizam-se de forma mais tranquila» (Navarro. 2011: 56).

Dizer a alguém: «Podes confiar em mim» simplesmente não basta; a pessoa tem de ver que pode confiar em si. Dizer: «Sou um trabalhador dedicado» não é a mesma coisa do que demonstrar a sua dedicação. É a sua atitude em ação ao longo do tempo que será lembrada. Nos negócios chama-se «reputação» ou «profissionalismo». Na vida chama-se carácter. (Navarro. 2011: 113)

O autor destas afirmações, Joe Navarro, reconhece o trabalho empático da sua editora, Toni Sciarra Poyter, nos Agradecimentos:

Escrever um livro não é fácil, como qualquer um que já alguma vez tentou fazê-lo pode atestar. Trabalhar com Toni Sciarra Poyter tornou com certeza essa tarefa verdadeiramente agradável. [...] Toni tem um entendimento aguçado à altura da sua mente, uma tremenda ética de trabalho e um elevado padrão de profissionalismo pela sua arte. Através de longas entrevistas ao telefone, pela Internet, em quartos de hotel, elevadores lentos, átrios de hotel, restaurantes barulhentos e caminhadas prolongadas pelo Central Park, foi uma alegria trabalhar com Toni ao longo de toda a empreitada. Este livro não teria sido possível sem, primeiro, o seu encorajamento e, depois, a sua elegante arte de manusear os pensamentos que eu antevia. A ela envio o meu primeiro e muito sincero agradecimento. (Navarro. 2011: 277)

Reforçamos a ideia de que o trabalho do editor deve ser invisível, mas não deve ser descurado:

malgré la représentation commune de l'acte créateur comme singulier, il ne manque pas d'aspects quantifiables ou mesurables dans les processus de production et de réception de la littérature: propriétés sociables des auteurs et des publics, types de publications, supports, genres, réseaux de relations, etc. (Sapiro. 2014: 8).

Porque o trabalho do editor se inscreve em todas as fases de publicação de um livro, a relação com o escritor não pode ser simples. «La relation, toujours passionnelle, navigue, d'un extrême l'autre, entre la volonté de meurtre déjà évoquée et l'adoration inconditionnelle.» (Perez. 2006: 127)

4.1. O editor enquanto gestor de talentos

Ser editor é também acompanhar o autor na definição de estratégias de desenvolvimento da sua carreira.

La notion de stratégie est également féconde pour étudier les univers de la création, où les individus doivent s'imposer, se faire un nom pour exister. Les stratégies d'auteur visent à accumuler du capital symbolique afin d'accéder à la consécration. (Sapiro. 2014: 82)

Sabemos, por experiência direta e pela História da Literatura, que não basta uma obra ter qualidade para que o seu autor obtenha o reconhecimento do meio editorial em que se insere. O seu percurso precisa de mais do que um trabalho de marketing, precisa de um acompanhamento permanente do seu editor e precisa também que esse acompanhamento tenha contornos exclusivos. O que é benéfico para a imposição de uma obra e do seu autor pode não ser benéfico noutro caso. Também na gestão de uma carreira como escritor é preciso uma *abordagem à medida*, pois é mais um exemplo de que uma abordagem estilo pronto-a-vestir não se adequa à edição de literatura.

Jean-Clet Martin recorda-nos uma afirmação de Ludwig Wittgenstein que ilustra esta função específica do editor: «O que conta não são os factos, mas a força com que os proferimos, a escolha de um discurso que os esclarece.» (Martin. 2010: 451)

O autor de literatura contemporâneo está muito longe do criador anónimo da Idade Média e também já não pode contar com um mecenas, como no Renascimento. Da mesma forma, está também muito distante do perfil do *escritor maldito* do Romantismo, tal como este é descrito por João Pedro George (2013). O criador contemporâneo é um artista totalmente inscrito no *modus vivendi* das indústrias culturais e criativas, as quais, por sua vez não escapam de uma economia ultraliberal e global. Assim sendo, este criador balança, tantas vezes desconfortavelmente, entre o desejo de ser *autónomo* no seu trabalho e a necessidade de se integrar em alguma das poucas fórmulas permitidas pela atual sociedade de consumo. Consideramos que o momento da História a que podemos apelar para ter algum ponto de comparação é a segunda metade do século XIX, pelo que aí nos focaremos mais detalhadamente.

No século XIX, a expansão industrial – como, na atualidade, a globalização –, favoreceu a emergência de «novos-ricos sem cultura dispostos a fazer triunfar em toda a sociedade os poderes do dinheiro e a sua visão do mundo profundamente hostil a coisas intelectuais» (Bourdieu, 2010: 64). Assim se explica a aversão dos artistas a uma visão economicista da arte e a correspondente resposta estética que viria a culminar nos movimentos de vanguarda do início do século XX. Este facto poderá ter

correspondência neste início do século XXI, com as atuais linguagens artísticas que fundem géneros, materiais, ferramentas. Não obstante, e ainda segundo Pierre Bourdieu, prevalece uma «verdadeira *subordinação estrutural*, que se impõe de maneira muito desigual aos diferentes autores segundo a sua posição no campo» (Bourdieu, 2010: 65).

Outra semelhança é denunciada pela forma como surgem novos valores artísticos, pois, tal como na segunda metade do século XIX, a escolha faz-se «procurando minorar os riscos de fracasso [...] com obras de agrado fácil» (Santos, 2012: 198). O «editor detinha grande poder, não só porque, tal como hoje, era ele quem decidia o que se publicava, *ie*, o que se tornava público, mas também porque era ele quem regulava o que pagar e como pagar aos escritores» (Santos, 2012: 221). Este ambiente dificilmente se ajustava, ou ajusta, «a uma conceção romântica que via o escritor como um ser excepcional, um criador desligado dos interesses materiais» (Santos, 2012: 221).

O criador artístico, na atualidade, é, assim, colocado perante um leque de opções difícil de gerir. Uma primeira opção pode consistir em integrar-se numa grande empresa, com a esperança de poder manter-se imune a métodos de trabalho e a orientações estratégicas nem sempre compatíveis com a desejada autonomia do seu trabalho artístico. Outra hipótese é procurar uma empresa menor, mais independente, que poderá, em teoria, proporcionar-lhe a tão desejada e necessária autonomia, mas não poderá impor-se junto das redes de distribuição e venda. Finalmente, tem ainda a hipótese de se manter à margem do mercado e sobreviver apenas no seio de uma comunidade periférica e muito reduzida, o que lhe apresenta grandes dificuldades de subsistência.

O editor gestor de talentos coexiste com estes talentos criadores em qualquer dos formatos apresentados e a ele compete ser capaz de minimizar os efeitos nocivos e de maximizar os efeitos positivos que qualquer uma das opções acarreta. Não podendo isolar-se – nem talentos nem gestores – da realidade em que estão inseridos, uns e outros sofrem as pressões decorrentes do quadro em que vivem.

Para todos os que lidam diariamente com talentos, a consciência de que qualquer gesto influencia o sistema como um todo é uma constante e dela decorre uma inegável responsabilidade. Todas as ações deste tipo de editor são determinantes, o que representa inúmeras escolhas em todas as etapas de cada trabalho. Tomando as palavras de Carmen Tojo (2011: 87), gerir talentos implica sempre a presença de fatores internos e externos. Entre os fatores internos, destacam-se o medo do fracasso ou do êxito, o

perfeccionismo ou uma deturpada autoimagem. Quanto aos fatores externos, sobressaem as pressões resultantes das expectativas, o que implica apelar a bons níveis de autocontrolo e autoconhecimento, pois são estes os fatores determinantes para obter uma boa performance e alcançar ambiciosos objetivos. Estas pessoas com capacidades especiais, materializadas no seu talento artístico, terão de ter um acompanhamento compatível. Portanto, o seu editor fará muitas vezes o papel da família ou dos amigos, ou o do psicólogo, treinador ou professor. Enfim, do gestor de talentos, o qual, no seio da presente reflexão, é também o editor mediador cultural.

É sabido que não basta ter talento para ter sucesso. O talento começa sempre como um diamante em bruto que é preciso lapidar, dependendo da lapidação muito do valor que terá no fim do processo. Assim, ao lapidador é pedido que saiba reconhecer o valor intrínseco da pedra mas também as condições de lapidação que apresenta. E, tratando-se da gestão de talentos em contexto empresarial ou, mais especificamente, no contexto das indústrias culturais e criativas, há talentos que são mais ou menos adequados a determinado contexto. A sua obra, por exemplo, pode ou não inserir-se numa determinada linha editorial, a qual, por sua vez, está ou não adaptada às circunstâncias envolventes.

Numa economia do conhecimento, como é a nossa, os talentos procuram ambientes de trabalho de excelência, isto é, ambientes que se adaptem ao seu ritmo de trabalho e às necessidades particulares que cada uma das suas obras exige. Procuram também, inevitavelmente, contextos que lhes possibilitem oportunidades de crescimento e recompensas adequadas. O sucesso de uma empresa cultural, por sua vez, só se torna uma realidade quando há a adequação de esforços e competências às necessidades particulares dos talentos com que se trabalha. Neste sentido, o sucesso de um talento apenas se revela quando existem as competências, a motivação e a visão corretas entre os que com ele trabalham.

Podemos comparar esta gestão de talentos ao tipo de acompanhamento a dar a um aluno sobredotado nas medidas educativas previstas para tal. Num e noutra contextos, questões como «(i) aceleração escolar, (ii) programas de enriquecimento e (iii) agrupamento dos alunos com tais características» (Window e Salgado, 2013: 3063) encontram eco nas competências reservadas ao editor enquanto gestor de talentos. Também este deverá apresentar objetivos cada vez mais exigentes e ambiciosos, suscitar novas linhas de ação e incentivar o jogo de espelhos com a obra dos seus pares, possibilitando diagnosticar fraquezas ou sedimentar forças. É preciso, no entanto, ter em

consideração que «não existe uma única fórmula que possa ser usada com eficácia para todos» (Window e Salgado, 2013: 3064). Assim, é tarefa do gestor encontrar as formas adequadas a cada um dos talentos com quem trabalha.

Ao longo das últimas décadas, o ritmo das transformações sociais e económicas tem produzido alterações significativas nas sociedades, nas culturas e nos mercados. Estamos num contexto em que tanto a informação (e não tanto o conhecimento, como seria preferível) como a criação e a criatividade se transformaram em mais-valias comerciais. Isto leva a que talentos (criação) e respetivos gestores (criatividade) estejam a tornar-se recursos cada vez mais limitados, o que não significa que estes recursos estejam a ser devidamente valorizados. O gestor de talentos precisa de conquistar uma posição adequada no meio artístico, tanto perante os talentos que gere como perante as administrações das empresas em que trabalha.

É preciso produzir sucessos, mas é também preciso fazer ver aos respetivos superiores e aos próprios talentos que este sucesso nem sempre é imediato e que muitas das apostas resultam em fracassos, tanto de *casting* como de *coaching*. Pensamos, no entanto, que gestores de talentos e respetivas equipas serão capazes de transformar as obras, os talentos e a si próprios no que se atualmente se chama uma *oportunidade*. Para tal é necessário colocar as diversas criatividades de uma empresa ou instituição cultural e criativa, em simultâneo, ao serviço do talento que acompanham e da organização em que estão inseridos. Ao contrário do que se poderá pensar, para alcançar este objetivo não é forçoso deturpar os valores que deverão nortear qualquer trabalho com arte, no qual o artista poderá ser ajudado, acompanhado e até orientado, mas nunca manipulado.

O trabalho de um gestor de talentos é necessariamente o trabalho de um líder – como também pode ser o trabalho de um treinador, de um professor, de um psicólogo, ou até de um familiar ou de um amigo que funcione como uma figura de autoridade. E esse líder sabe que a sua liderança tem exatamente o tamanho da satisfação do talento e da equipa com quem trabalha. A sua principal vitória é servir aqueles com quem trabalha e possibilitar que uma dada obra de arte tenha impacte considerável no modo como os seus recetores veem o mundo. Uma obra de arte pode enriquecer a perspetiva que cada pessoa tem do mundo, mas pode igualmente, através e a partir dela, desenvolver novos artistas, novos talentos que virão a renovar e/ou a substituir os já existentes. Uma vitória é sempre um motivo de satisfação, mas também implica uma responsabilidade maior. Uma vitória implica sempre a consciência da possibilidade de uma derrota e uma derrota implica sempre a necessidade de mudança.

Os gestores de talento trabalham quase sempre no seio de empresas e as empresas têm de ser sustentáveis do ponto de vista económico. Acontece, porém, que muitas organizações são geridas sob a égide do curto-prazo, com preocupações exclusivamente direcionadas para ganhos rápidos. Nesta medida, é também função do gestor de talentos trabalhar para que as obras dos artistas com quem trabalha tenham, desde o princípio, um *sucesso suficiente*. Mesmo que esse sucesso seja, inicialmente, apenas simbólico, isto é, que uma obra de arte seja, pelo menos, como tal identificada pelos pares e pela crítica. Este poderá ser o argumento necessário à continuação do trabalho com determinado autor.

Um gestor de talentos só é capaz de concretizar os seus propósitos, se tiver em mente que o seu trabalho se depara continuamente com incógnitas e que as soluções encontradas terão de ser flexíveis mas resilientes. Um gestor de talentos tem de lidar, e ajudar o seu talento a lidar, com uma delicada teia de equilíbrios cujos fios são oriundos de fontes muito diversas e nem sempre visíveis.

A arte é, desde os seus primórdios, o que liberta o Homem das vias únicas, o que dá profundidade a uma paisagem social já conhecida, o que renova caminhos velhos e constrói novos. Nela, e na sociedade que a enquadra, a posição destinada a um gestor de talentos é particularmente discreta, e, segundo o nosso entender, assim deve ser. Principalmente porque a autoria de uma obra não pode suscitar dúvidas, pelo que um gestor de talentos (no caso, o editor) não deverá chamar a si outra responsabilidade senão a de ter tornado a obra pública.

Segundo Pierre Bourdieu, a responsabilidade de um mediador cultural é também histórica porque

impor no mercado em um momento dado um novo produtor, um novo produto em um novo sistema de gostos é fazer deslizar para o passado o conjunto dos produtores, dos produtos e dos sistemas de gostos hierarquizados sob o aspeto do grau de legitimidade. [...] toda a transformação da estrutura do campo acarreta uma trasladação da estrutura dos gostos, ou seja, do sistema das distinções simbólicas entre os grupos (Bourdieu, 2010: 184).

É esta a importância e é esta a responsabilidade social que atribuímos à arte, ao artista e ao mediador cultural. Ao gestor-modelo de hoje tem de lhe ser exigida «uma formação cultural, científica, ética e deontológica acima da média e uma forte

personalidade que lhe permitam resistir de modo positivo ao crescendo de pressões que passaram a exercer-se sobre a sua acção» (Araújo, 2009: 95).

Scott Norton vai ainda mais longe quando afirma que, numa era pós-moderna como a nossa, na qual muitos ainda pensam que o autor está morto, e a televisão, o cinema e a Internet são os média dominantes, também o editor está morto e aqueles que o substituem passam o tempo a fazer pesquisas de mercado (Norton, 2009: xi).

Não é fácil ser-se gestor de talentos, até porque persiste a ideia de que os dotes da criação, e também os da criatividade, são inatos e que, portanto, implicam pouco ou nenhum esforço. A nota positiva com que temos de fechar todos os nossos dias laborais e todos os contactos que temos com os criadores/talentos, reflete-se em Gianni Rodari e na sua *Gramática da Fantasia*:

Se uma sociedade assente no mito da produtividade (e na realidade do lucro) precisar de meios-homens – fiéis executores, diligentes reprodutores, dóceis instrumentos sem vontade – quer dizer que está mal-feita e que temos de mudá-la. (Rodari, 2006: 196)

Tanto no que diz respeito aos talentos artistas como aos seus gestores, a inteligência é um fator considerável. Abstemo-nos de considerar os diferentes tipos de inteligência que existem²⁵, remetendo-nos apenas ao facto de que um talento e um criativo possuem vários tipos de inteligência em níveis elevados. Defendemos ainda que as características de um talento são bastante aproximadas das de um sobredotado, pois, passado o tempo em que a sobredotação era apenas associada a quocientes de inteligência elevados, atualmente as definições apontam (apenas) para alguém que apresenta uma elevada «capacidade intelectual geral; aptidão académica específica; pensamento criativo e produtivo» (Window e Salgado, 2013: 3059).

No que respeita à criatividade, colocamos as mesmas questões de Todd Lubart: «Até que ponto a criatividade depende de um nível elevado de inteligência, de traços específicos de personalidade, ou ainda, da natureza do contexto?» (Lubart, 2007: 9). E concordamos com as suas conclusões: «a criatividade é o resultado de uma convergência de factores cognitivos, conativos [estilo, motivação] e ambientais» (Lubart, 2007: 15). Outra característica importante da criatividade é a de permitir

²⁵ Segundo Howard Gardner (1994) existem oito tipos de inteligência: lógica, linguística, corporal, naturalista, intrapessoal, interpessoal, espacial e musical.

«avaliar ideias e escolher aquelas que deverão ser seguidas e aquelas que deverão ser descartadas» (Lubart, 2007: 27).

A criatividade é algo inerente ao Homem e os processos criativos não se restringem à arte. Consideramos, no entanto, que a criatividade se identifica com um agir integrado no quotidiano, enquanto a criação implicará entendimentos mais profundos desse agir criativo que não se restringem aos desafios desse quotidiano, antes os constrói através da revelação de mundos ainda não vividos.

Tanto o criativo como o criador coexistem num mesmo contexto cultural e ambos desenvolvem uma realidade social com determinados valores estéticos e estilos de vida. Impelido a compreender a vida, o Homem ordena-a e avalia-a conjugando o adjetivo criativo com o substantivo criador. Parece-nos, todavia, mais plausível que um criador seja também um criativo e não o contrário, que um criador seja alguém com um potencial único que pode ser detetado e desenvolvido mas não criado de raiz.

Ao contrário do que muitos seguidores do atualíssimo *coaching* parecem fazer crer, a criatividade continua a ser muito diferente da criação, embora exista muitas vezes essa confusão no seio das indústrias culturais. A criação é a ideia primeira que nasce, exclusiva, na mente do seu criador, e a criatividade não está, como muitas vezes se tenta fazer crer, ao mesmo nível. Numa analogia com o mundo do desporto, diremos que a criatividade e a criação jogam em campeonatos diferentes e, em muitos casos, pertencem mesmo a modalidades diferentes. No entanto, a importância da criatividade é grande, principalmente nas indústrias criativas, nas quais se movimentam. Aos criativos é pedido que saibam orientar-se pela experiência e pelos modelos previamente testados, dado que «sem modelos orientadores, muitas vezes prevalece a insegurança» (Araújo, 2009: 91).

É sabido que a existência de um talento «resulta da relação entre factores endógenos e exógenos» (Araújo, 2009: 71). No caso dos talentos artísticos, os factores endógenos contemplarão, por exemplo, a concretização artística que resulta numa determinada forma. Os factores exógenos poderão ser uma prática artística multifacetada desde as idades mais jovens e o correspondente envolvimento social, ético e pedagógico em que decorre essa prática. Um talento «apresenta manifestas facilidades de aprendizagem, enorme perseverança e competitividade, total disponibilidade [...] e motivação» (Araújo, 2009: 71).

Se tomarmos as palavras de vários criadores literários, recolhidas em primeira-mão (Freeman, 2013; Marques, 2013), facilmente inferimos que o talento se reveste de

delicadas particularidades e que a forma como esse talento desabrocha e evolui é irrepetível. No entanto, os fatores endógenos e exógenos mantêm-se quase idênticos, o que permite concluir que o mediador cultural ou o gestor de talentos pode conhecê-los e encontrar forma de os controlar.

Regressamos a Scott Norton e à figura de *developmental editor*, pois é este editor quem, em primeiro lugar, deve decidir se um determinado autor é ou não capaz de colaborar neste tipo de edição, em que termos e com que intensidade. Todos os autores, ainda que sejam capazes de colaborar com o seu editor, vão, num ou noutro momento do tratamento de texto, reagir defensivamente às propostas de edição do seu texto. Nesta avaliação do nível de abertura à crítica, o editor tem de ser particularmente cuidadoso com os extremos, pois tanto é perigoso o autor que rejeita qualquer tipo de sugestão como o que aceita qualquer sugestão.

Uma das estratégias para minimizar este tipo de problema é, sem dúvida, conhecer o autor e conquistar a sua confiança. Para isso há que ter muitos encontros e muitas discussões informais. O telefone, o e-mail e as videoconferências são muito úteis mas nunca substituem totalmente os encontros pessoais. Estes contactos são imprescindíveis para avaliar anteriores experiências editoriais, seja porque o autor mudou de editora seja no caso de um novo livro, e para definir metodologias processuais no início do trabalho com um novo título.

O *developmental editing* e o *coaching* sempre existiram porque são modos de atuação que pertencem ao vulgar bom-senso. Estão, no entanto, atualmente em destaque porque os modelos de funcionamento das atuais indústrias culturais e criativas promovem níveis de rentabilidade nunca vistos, pelo que se multiplicam as inovações no campo do desenvolvimento pessoal e do marketing, sejam essas inovações reais ou especulativas. Neste contexto, as últimas décadas assistiram a profundas mudanças que incluem aquilo que é exigível aos autores. Como ilustra o escritor John Updike:

Quando enveredei por este caminho, na década de 1950, os escritores não promoviam os seus livros, não andavam na estrada, não autografavam obras, nada disso. Escreviam os livros, e as suas responsabilidades não passavam daí. Atualmente, escrever um livro é quase o princípio das nossas responsabilidades, que consistem em sair à rua e vendê-lo. (Updike *apud* Freeman. 2013: 234)

Estas exigências podem ser ou não contratuais mas são totalmente reais e têm forte influência na rentabilidade de um autor e, por conseguinte, nos seus próprios rendimentos. E os rendimentos não são algo secundário para um autor, pois por muito que escreva e publique por amor à arte, terá naturalmente contas para pagar, sendo este aspeto um dos fatores a ter em linha de conta quando um autor negocia os seus dividendos com o seu editor.

O editor tem de ter sensibilidade em relação às questões do dinheiro. Em muitos casos, um autor não tem condições nem para avançar com o pagamento de um táxi e o editor tem de evitar, a todo o custo, que o autor tenha a necessidade de o dizer. «La relation auteur-éditeur, c'est surtout et avant tout une affaire d'argent. [...]. Il ne suffit pas d'avoir du génie. Encore faut-il trouver le moyen de convertir le talent en revenus. Pour pouvoir écrire, justement» (Perez. 2006: 153). Mesmo que, na generalidade, o caso não seja tão cru como o apresenta Sylvie Perez, a verdade é que muitos autores vivem com dificuldades e sacrificam muito das suas vidas para se dedicarem à escrita. Mesmo que as editoras não exercessem toda a pressão (que realmente exercem) para que o trabalho de um escritor fosse rentável, bastaria a necessidade real do escritor para que o seu editor se esforçasse o mais possível para suavizar esta questão. Seja por pressão explícita da editora ou pressão implícita do autor, o editor tem de lidar com questões de dinheiro e inventar formas de o reverter para o seu autor e para a empresa em que trabalha.

Repare-se que não estamos a falar de autores que vendem muito e que têm carreiras totalmente estabelecidas, como no caso do escritor Charles Frazier que, «com base nalgumas páginas e num rascunho, recebeu o adiantamento exorbitante de oito milhões de dólares» (Freeman. 2013: 113). Não, estamos a falar dos casos mais comuns e dos casos de escritores em início de carreira. À semelhança dos jogadores de futebol, poucos são os chegarão ao nível de um Cristiano Ronaldo, a maioria jogará sempre no Operário dos Açores e terá dificuldade em receber o seu salário ao fim do mês. Como o caso de Imre Kertész, que «escreveu comédias musicais para financiar as suas obras literárias» (Freeman. 2013: 133). Este escritor teve necessidade de o fazer e fê-lo, mas quis separar o que eram as suas obras comerciais das suas obras literárias. Nas suas próprias palavras: «e fiz um esforço consciente para que elas não tivessem qualquer valor literário» (Kertész *apud* Freeman. 2013: 133).

É bom separar as águas, mas também é bom que um editor acompanhe o seu autor, tanto nas comédias musicais – que também podem ser crónicas num jornal ou

outra coisa qualquer – como nas obras literárias. Por outro lado, o editor deverá compreender que uma justa remuneração é um direito do autor e não uma mera compensação, pelo que deve vigiar se os contratos o protegem, se os direitos são pagos a horas, etc. Além disso, é preciso também dar atenção a questões como «déficit de promotion, mauvaise distribution, refus de réimpression. Chaque procès est l’occasion d’enrichir l’arsenal mis à la disposition de l’auteur face à son éditeur» (Perez. 2006: 123).

É ainda verdade que «vendre un livre, c’est vendre son auteur. [...] À partir de là, le jeu des records est assez payant. C’est à qui sera le plus jeune écrivain, le plus baroudeur, le plus joufflu» (Perez. 2006: 277). Seja qual for o método utilizado ou a estratégia comercial escolhida, o editor deve sempre vigiar os limites do decoro e não permitir que um escritor se transforme numa *marca* que nada tem a ver com a sua obra ou que mostre uma faceta da sua vida privada que é totalmente indiferente ao que escreve.

4.2. A edição de textos originais literários

Talvez muito do que tem sido dito no presente estudo possa chocar algumas sensibilidades literárias e editoriais. A maioria de nós entra numa editora com uma ideia romântica de que ser editor é passar o dia a ler textos maravilhosos, num gabinete repleto de estantes, o que é equivalente a pensarmos o autor como um génio torturado que come e respira arte. Nesta era, a realidade pode ser bem diferente, mas permanecem as principais *funções* do editor e é raro ser-se editor e não considerarmos que as poucas vitórias que temos bem valem os muitos tormentos por que passamos, e o mesmo se passará com o autor.

Neste início de século as pressões financeiras sobre o editor agudizam-se. O editor é levado a focar-se nos objetivos contratuais e a minimizar os custos inerentes à assistência que presta ao autor durante o desenvolvimento dos seus livros e das suas carreiras. O acompanhamento personalizado de um autor tornou-se uma tarefa de luxo à qual apenas os escritores mais rentáveis têm acesso. Muitas vezes, o seu trabalho com o texto e o seu autor é limitado a uma espécie de policiamento com o único objetivo de evitar o natural mas incessante fluxo de acrescentos ou alterações do autor, as quais,

como facilmente se compreenderá, prejudicam e encarecem todas as fases de pré-impressão de um livro.

No entanto, podemos constatar que os editores, em Portugal, que já exerciam a profissão antes do grande boom da concentração do meio editorial – marcado pela fundação do grupo Leya, em 2007-2008, a que rapidamente se juntou um muito alargado grupo da Porto Editora –, souberam de alguma forma conjugar as suas *novas funções* com as antigas, protegendo desta forma o trabalho individualizado a que os seus autores estavam habituados. Mantiveram, assim, o compromisso não contratual mas honrado pela ética profissional de orientarem e acompanharem de perto o desenvolvimento dos livros dos seus autores. Continuam a privilegiar a função de se colocarem, simultaneamente, nos lugares do autor e do leitor, mesmo que muitos dos livros que acompanhem não ganhem nenhum dos principais prémios nem apresentem performances comerciais invejáveis. Eles sabem que os seus autores e os respetivos leitores beneficiam da sua colaboração, porque têm o distanciamento necessário para ver o texto no seu todo e, por isso, são capazes de ajudar o autor a formar uma visão para o livro. Fazem aquilo a que podemos chamar o *coaching* ao próprio texto, capítulo a capítulo, frase a frase, para se assegurarem de que essa visão geral da obra é satisfatoriamente executada.

Poucos são os escritores que não consideram preferível que seja o seu editor a apontar hipóteses concretas para resolver os problemas encontrados no texto. O editor deve sempre expor e explicar a estratégia que tenciona seguir na revisão e apontar os problemas mais recorrentes. É sempre preciso, no entanto, mostrar que o editor acredita no projeto e que por isso vale a pena o esforço. Esta estratégia terá de ser acolhida pelo autor, que se compromete a avaliar as correções a fazer com interesse e empenho, seguindo as soluções propostas ou encontrando melhores.

Este tipo de tratamento do texto literário tem muito a ver com o *coaching*. O processo de *coaching* é uma ferramenta valiosa para sustentar o reconhecimento e o desenvolvimento de competências, permitindo compreender que há sempre aspetos que podemos melhorar, conforme o projeto que se tem em mãos. Para isso, o *coaching* implica um permanente estado de autoavaliação num processo dinâmico entre diagnóstico e resultados, tanto de problemas concretos como de competências e de atitudes.

O desporto é mais uma vez um paralelo pertinente, pois consideramos que ser-se criador artístico tem muitas semelhanças com ser-se um atleta de alto rendimento numa

modalidade de excelência. Não é, assim, de estranhar que o trabalho com escritores possa ter paralelo no de um *personal trainer*, pois ambos desempenham funções de *coaching*. O objetivo será demonstrar os benefícios da aplicação de um treino adequado, respeitando a complexidade, variabilidade, diversidade e individualidade dos *autores em treino*. Não há dúvidas de que o desporto também nos permite tomar consciência de que, enquanto se é atleta, há sempre espaço para melhorar um resultado. Em atletas de alto rendimento, a diferença entre o *muito bom* e o *excelente* resume-se muitas vezes a fatores psicológicos ou circunstanciais, como a quantidade e qualidade dos momentos de descanso e a recuperação entre treinos ou competições.

Transpondo esta realidade para o mundo da literatura e da edição, podemos considerar que o excesso de stress prejudica a qualidade da escrita e que, por isso, é preferível alargar os prazos de entrega de uma revisão de provas, por exemplo, e levar o autor a tomar um café numa esplanada, abrindo espaço para que ele nos fale da sua nova relação amorosa. Desta forma, é possível aumentar e melhorar as condições e as capacidades do autor, conseguindo melhores resultados para o livro.

Poder-se-á argumentar que este *efeito-borboleta* é comum a todos os campos da vida e que, por isso, não é necessário destacá-lo. Defendemos, todavia, que o que consideramos como um dado adquirido carece da nossa atenção, exatamente por essa razão, uma vez que, por ser óbvio, tendemos a não o considerar.

Um paralelo interessante será comparar a importância da diversidade cultural, que disso que se trata neste trabalho, com a biodiversidade. Desde sempre o Homem considerou os recursos naturais e as condições ecológicas como algo seguro e imutável e o que agora constatamos é que a vida na Terra, tal como a conhecemos, está no limite. Afinal, a extinção de um sapo, de um inseto ou de uma planta tem consequências bastante mais sérias do que se pensava até há pouco tempo. Afinal, nem todas as plantas cumprem as mesmas funções no seu ecossistema e substituir uma floresta tropical por uma cultura intensiva de óleo de palma ou por pastos não é a mesma coisa. Os verdes não são todos iguais, muito embora todos consumam dióxido de carbono.

Com a (bio)diversidade cultural passa-se o mesmo. Não é indiferente que existam 1000 novos títulos do mesmo género ou que existam 1000 livros de géneros diferentes. Não é indiferente que uma nova geração de autores tenha 10 ou 100 nomes. Não é indiferente que se deixe de publicar poesia, desde que se publiquem outros

gêneros. Não é indiferente que se escreva em inglês ou em árabe, desde que se escreva. Não é indiferente que se leia (só) romances cor-de-rosa, desde que se leia.

Portanto, é nosso desígnio dar importância de tema principal ao óbvio. Não, os livros não nascem nas prateleiras. Não, não é indiferente quem escreve e o que escreve. Não, não é indiferente quem publica e como publica. Talvez este conjunto de questões não pareça urgente neste momento, mas propomos um exercício: o que estudarão os teóricos da literatura daqui a 100 anos? O que sobreviverá para a História do que hoje está a ser escrito e publicado? E, mais importante ainda, para que servirá o que agora se escreve e se lê? Que novas visões do mundo estão a ser criadas e como se construirá uma nova realidade com essas novas visões do mundo?

Na arte, tal como na ciência, e em todos os campos da vida, temos de encontrar lugar para a diversidade, para uma *diversidade ética* e responsável pelas consequências que acarreta. Apelemos a um exemplo da indústria farmacêutica. Sabe-se que a cura para a malária não é muito difícil de alcançar, mas a indústria farmacêutica não faz o investimento necessário. Como é uma doença que ainda não chegou ao Ocidente, não seria rentável porque as populações que sofrem com a doença são maioritariamente pobres. No entanto, muito rapidamente se alcançou a quase cura do VIH-sida, uma doença que parecia tão complexa e tão difícil de abordar. A questão não é colocada, naturalmente, para defender que não se invista na cura do VIH-sida, mas as populações que sofrem com a malária não deviam ser tratadas como gente de segunda.

Todas as coisas que realmente importam são complexas e é difícil analisá-las a preto e branco, mas levantamos o problema porque não devemos ignorá-lo só porque é difícil de resolver. Alguém terá de o fazer, de qualquer das formas, e tudo o que não fizermos agora estamos a deixar, na sua forma cada vez mais agravada, para os nossos filhos e netos; não é para uma espécie alienígena que nada tem a ver connosco.

A edição de textos literários originais bem precisa que nos lembremos disso. A principal razão para tal tem a ver com o facto de este tipo de edição ser um *trabalho invisível*. Se bem que o autor assine tudo o que pudermos fazer para melhorar o seu texto original, a verdade é que também assina tudo o que fizemos mal e que ele tenha aceitado subscrever. Esta é a delicadeza estrutural da nossa ação enquanto editores de textos literários originais. Cada sugestão de alteração que propomos tem de ser alvo de um questionamento profundo antes mesmo de a colocarmos para aprovação ou rejeição por parte do autor. Temos de partir do princípio de que o autor a aceitará e temos de

conhecer todas as consequências de tal alteração ser aceite. Tanto do ponto de vista do próprio texto como do ponto de vista da relação entre autor e editor.

Permitimo-nos invocar o nosso caso pessoal para um melhor esclarecimento. Mesmo com quase vinte anos de experiência, temos a consciência de que ainda cometemos erros e, ao longo de todo esse tempo temos, claro, exemplos de trabalhos de que nos orgulhamos e outros que nem por isso. Deixamos aqui apenas dois exemplos particularmente ilustrativos dos problemas causados por abordagens extremadas de uma edição de texto literário. O primeiro caso refere-se a um texto que foi alvo de uma *intervenção insuficiente*. Tratava-se de um texto de uma escritora já no auge da sua carreira e era a primeira vez que revíamos um texto seu original. Como era uma escritora com muitas particularidades ortográficas e a dimensão da autora nos intimidava, optámos por intervir o menos possível e deixar muitos casos para decisão da autora, na certeza de que tudo o que regressasse dela sem uma decisão, decidiríamos nós depois de fazermos as necessárias pesquisas para fundamentar cada uma das decisões. Como a produção de um livro é sempre alvo de muitos imprevistos processuais, aconteceu que não fomos nós a receber as provas nem tivemos oportunidade de falar com o colega que tratou das fases seguintes da revisão. Este colega, ao receber as provas da autora, partiu do princípio (correto) de que o texto vinha fechado e limitou-se a supervisionar a inserção de emendas e a fazer uma revisão da paginação, já nem se preocupando em fazer uma revisão ortográfica porque nós já a tínhamos feito e ele também sabia que a autora tinha particularidades na ortografia que seguia. Resumindo, a primeira edição saiu cheia de gralhas e nós aprendemos que quando largamos um texto nunca sabemos se poderemos continuar o trabalho. A partir desse momento, um texto que saia das nossas mãos está repleto de indicações para que tanto o autor como qualquer colega saibam exatamente quais são os casos já definitivos, os que carecem de decisão do autor e aqueles ainda precisam de ser trabalhados.

O segundo caso é exemplar de uma intervenção excessiva e já não éramos a editora ingénuas que fomos no caso anterior. Tratava-se também de um primeiro texto que revíamos de determinada autora e ainda nem nos conhecíamos pessoalmente. Para tornar o trabalho mais complexo, foi um livro produzido logo após alterações profundas no organigrama da empresa e todos os autores estavam naturalmente preocupados e desconfiados das mudanças ocorridas. Nós tínhamos já alcançado *um estilo de trabalho* e já amplamente testado em anteriores edições de textos literários originais, uma vez que na segunda metade da nossa carreira fizemos quase exclusivamente esse tipo de

edição. Portanto, editámos o texto de uma autora desconhecida como o faríamos de um autor com quem já trabalhássemos há anos. Resultado: a autora sentiu-se invadida e desrespeitada e recusou todas as nossas sugestões, mesmo as mais óbvias, e o texto publicado saiu muito mais frágil do que aconteceria se tivéssemos feito bem o nosso trabalho. Com este caso aprendemos que nenhuma edição pode prescindir de um máximo de contactos prévios entre autor e editor e que nenhum trabalho pode ser feito com base numa metodologia pré-definida e que todas as fases de edição carecem de *esclarecimento e acerto de metodologias*.

Apresentamos aqui estes casos emblemáticos de edição de textos originais literários porque o tratamento de um texto literário original é um momento-chave na relação entre o editor e o escritor. Entre as piadas que circulam entre editores, como é próprio de qualquer comunidade laboral, é costume dizer-se que *os melhores autores estão mortos e não têm herdeiros*. Claro que não passa disso mesmo, de uma piada, mas não deixa de ser uma piada ilustrativa da dificuldade que é conseguir uma boa relação com um *autor vivo*.

A interminável lista de dificuldades e questionamentos da edição de textos literários originais de autores vivos, a lista não se resume à edição – também o próprio autor se questiona sobre a sua própria escrita:

Écrire, écrire toujours mais écrire quoi? Les plus grands esprits se sont trituré le cerveau avant de noter le premier mot. Comment imaginer qu'on va pouvoir encore surprendre? [...] produire une verve sauvage, faire sourdre, à force d'efforts et de génie, une littérature inconnue qui marquera les esprits. S'interdire les filons exploités, partir à l'aveugle à la recherche de nouveaux gisements. C'est vertigineux! (Perez. 2006: 315)

Este conjunto de questões repete-se por parte de um editor, antes mesmo de se encetar o trabalho de edição de texto. O editor, numa primeira fase, *lê* o que o texto já contém mas *lê* também o que potencialmente poderá conter. *Lê* ainda as várias formas como o texto será apreendido pelos diferentes leitores. Logo nesta primeira abordagem o editor *lê o grande e lê o pequeno*. Porque este pequeno, ou melhor, o conjunto de pequenos que resulta no grande, o texto completo, é o que vai fazer a verdadeira diferença, tanto para o texto, propriamente dito, como para o autor e o leitor, é o que vai fazer a diferença do próprio livro. Segundo Jean-Clet Martin, Theodor Adorno decide

dar uma importância especial ao pequeno: «do infinitamente pequeno, no pormenor insignificante que mobiliza as pessoas e as leva a percorrer constantemente caminhos considerados irrisórios, mas que fazem, todavia, a singularidade de toda a vida» (Martin. 2010: 22).

Como é que se lida com um trabalho desta envergadura? Com uma responsabilidade deste tamanho? Com um poder tão discreto mas tão desmesurado? Com humildade. Não há outra forma. Com a consciência de que «l'édition, comme la médecine n'est pas une science exacte» (Perez. 2006: 72).

Outro aspeto que é preciso ter em conta, e contemplar nos primeiros encontros preparatórios, é que muito raramente o texto passa diretamente das mãos do autor para as mãos do editor. O mais frequente é o autor solicitar a opinião de alguns leitores em quem deposita toda a confiança. Como no caso de Philip Roth, que «ao chegar a um momento em que não consegue progredir, entrega o texto a um grupo escolhido de leitores, que se abstém de nomear» (Freeman. 2013: 155). A razão é assim apresentada pelo próprio: «O que eles me dão é a linguagem de outras pessoas acerca do meu livro. É isso que é frutuoso. [...] então eu posso avançar para um último ataque.» (Roth *apud* Freeman. 2013: 155)

Mesmo que o autor não o diga, o editor sabe que a existência destas leituras prévias é quase uma certeza e tem todo o interesse em compreender qual foi a opinião dominante destes leitores e, principalmente, quais os efeitos diretos no texto que provocaram. Por um lado, para procurar descobrir se houve alguma característica, uma ordenação de acontecimentos na intriga, por exemplo, que estava presente nas primeiras versões do texto e que o autor deixou cair ou alterou profundamente. O editor pode considerar que é pertinente recuperar esses traços iniciais porque são interessantes do ponto de vista literário ou porque até podem resolver um problema que diagnosticou na sua primeira leitura. Por outro lado, é útil compreender o nível de confiança que acompanhou o autor ao longo da escrita de um texto e esse nível de confiança está diretamente relacionado com a forma como o autor relata estas leituras prévias e qual o seu resultado no texto que está a entregar.

Este é um exemplo da complexidade da edição de textos literários originais e ilustra bem o nível de conhecimento e, principalmente, de competência com que um editor aborda um texto desde o princípio. Poder-se-á perguntar como é que esta intrincada rede de competências se adquire porque, à primeira vista, poder-se-á considerar que não é algo que possa constituir matéria de um curso de especialização

para formar futuros editores. Na verdade, em nossa opinião, até é. Talvez não o conhecimento em si mas a metodologia para o adquirir.

Se se defende que um editor deve ter características intrínsecas que lhe permitem construir uma ponte com o autor, partimos também do princípio de que grande parte da sua aprendizagem se deve a essas mesmas características. Com elas o discípulo será capaz de, no contacto direto e prolongado com colegas mais velhos e experientes, aceder ao conhecimento destes últimos, mesmo que estes não o saibam estruturar em forma de passagem de testemunho.

«Grâce à l'éditeur, l'auteur sort de l'ombre. Son œuvre est imprimée, elle est distribuée, elle existe.» (Perez. 2006: 255) É portanto no processo que culmina neste momento que se inicia uma vida em conjunto que, tradicionalmente, dura muitos anos. Nem sempre são criados laços de amizade. Talvez se criem laços que são ainda mais profundos, como se de um familiar se tratasse. Ao fim ao cabo, é no seio de uma família que existem em maior quantidade e profundidade esses laços que são fruto do conhecimento tácito que cada elemento tem do resto do seu clã.

Mesmo que não haja um contacto diário, a relação entre escritor e editor é construída sobre questões muito íntimas. Digamos que editar um texto original é vê-lo despido, é vê-lo a tomar banho, a fazer a barba a deitar-se sem lavar os dentes. Só os pais, os irmãos ou cônjuges têm este nível de intimidade de uma forma contínua. Por isso, o editor e o autor criam entre si laços que vêm deste contacto com este texto ainda não preparado para sair de casa. Podem nunca vir a ser amigos, mas o autor, ao entregar um texto para edição, sabe que está a permitir que alguém passe a viver lá em casa.

Cada nova geração de escritores tem, naturalmente, gostos e modos de vida diferentes das gerações imediatamente anteriores e o editor tem de estar preparado para aprender o código que lhe permitirá, não só aceder a esses textos novos mas também a esses escritores novos. Tem também de estar convicto de que saberá trabalhar determinado texto por forma a respeitar a sua integridade mas também a permitir que o seu código intrínseco seja acessível ao leitor final. «Et voilà comment passent à la trappe les quelques chefs-d'œuvre que proposera toujours la littérature contemporaine.» (Perez. 2006: 318-319) Mesmo que se saiba que estes livros, tendencialmente, passam despercebidos à crítica, que sobrevivem cada vez menos tempo nas livrarias e que dificilmente chegam aos seus leitores nas primeiras tentativas, sob forma das primeiras edições.

Le patrimoine littéraire est inhibant pour ceux qui viennent après. [...]. Heureusement, auteurs et éditeurs n'ont pas renoncé. Ils continuent de participer au spectacle. Et il n'y avait pas de raison que ce livre n'apporte pas, le plus joyeusement possible, sa contribution à l'orgie contemporaine. (Perez. 2006: 319)

Quando se trata de textos de autores com quem o editor já trabalha, o conhecimento tácito entre ambos e entre o editor e a obra desse autor está mais sedimentado, mas isso não significa que seja sempre mais fácil. Um dos principais problemas tem a ver com o facto de que as novas obras sucedem a obras anteriores e a comparação entre elas é inevitável. O objetivo é que uma obra nova seja sempre melhor do que anterior e venha a ter mais sucesso, mas nem sempre é o caso, mesmo que «often, an author whose previous book has been well received will be pressured to come up with a new project quickly and will dash off a sloppy proposal» (Norton. 2009: 10). Neste caso, faz parte do trabalho do editor, à medida que vai detalhando o texto, refrear expectativas ou ajudar a suprimir frustrações.

Outro problema frequente é a demora da entrega de um novo original. «L'éditeur attend, l'auteur tarde. Voilà le cas de figure classique.» (Perez. 2006: 235) Aqui, a questão principal é saber o porquê da demora. É porque o autor receia que o novo livro não tenha a boa receção que teve o anterior? É porque receia que ainda não seja este o livro que vai permitir-lhe descolar nas vendas? É porque é um novo género e o autor receia não ter sido capaz de o dominar? É porque arranjou um novo emprego e não tem tempo para se dedicar à escrita? É porque está a divorciar-se?

Seja qual for a razão, é preciso que o editor a conheça, o que nem sempre é fácil porque muitas vezes o autor não a explicita e limita-se a garantir que vai entregar o material daí a duas semanas. Conhecendo as razões, o editor terá de perceber se adia a data de distribuição do livro ou se o retira do plano editorial desse ano. Ou se vê um intervalo de ação no qual pode exercer alguma pressão, sempre com tato e discrição. Às vezes basta convidar o autor para um café só para pôr a conversa em dia. Às vezes, basta pedir para ler o texto informalmente, sem que isso consista numa entrega oficial à editora. Às vezes, basta assumir que não está em condições de garantir que poderá publicar o livro no ano seguinte ou que, dentro de duas semanas, já não será possível recuperar o atraso na linha de produção e que, por isso, o livro deixa de poder sair na

rentrée literária. Na verdade, o que o editor precisa de saber é qual é o nervo certo que tem de acionar para o autor reagir.

O problema contrário também não é simples de resolver. Como gerir um autor que quer publicar cinco livros num ano e que prefere até que saia mais do que ao mesmo tempo? Bem, será preciso conhecer todos os originais e analisar cada um deles em separado e em conjunto. Só assim poderá concordar ou discordar do autor e encontrar, caso a caso, os argumentos que sustentem a sua decisão. Em qualquer dos casos, é sempre preferível tomar a decisão de comum acordo com o autor. «Tout est une question de rapport de force, d'équilibre entre l'auteur et son commanditaire. L'éditeur n'est pas forcément un censeur.» (Perez. 2006: 211)

Quanto menos problemas houver nas fases anteriores à revisão propriamente dita, mais essa revisão fluirá porque o editor pode contar com a boa-vontade do autor e a sua disponibilidade para ser cooperante ao longo de todo o processo.

4.2.1. A revisão cúmplice

A revisão de um texto literário original, como temos vindo a defender neste estudo, é uma das tarefas principais entre as que se incluem na relação entre o editor e o escritor e implica várias fases e vários tipos de abordagens. Este tipo de revisão, que, recordamos, consiste na edição de textos literários originais, com a metodologia de *developmental editing*, está intimamente relacionado com o trabalho sobre a língua, sobre o texto, propriamente dito, mas não termina aí.

O editor, quando faz ou quando supervisiona este tipo de revisão de texto, está também preocupado com muitos outros aspetos que ultrapassam a correção linguística. A estrutura da obra é a mais adequada ao conteúdo? A linha narrativa (no caso da ficção) é clara e é apresentada na ordem mais conveniente à intriga, ao estilo do autor e ao leitor a quem se destina? Os aspetos estilísticos que individualizam a obra são adjuvantes ou oponentes à boa receção do texto? Quais os pontos a realçar futuramente, no momento da escolha de uma capa, paginação ou materiais usados na produção do livro (no caso do livro em papel)? Ou como é possível otimizar o conteúdo no caso de um livro digital? Que estratégias promocionais são compatíveis com determinado autor e/ou obra e que permitirão dar a conhecê-los ao seu público-alvo?

Estas são apenas algumas das questões que devem ocupar o editor no momento da revisão de um texto literário original, não só porque o editor deve preocupar-se com *tudo* mas também porque é quem conhece melhor um texto e por isso está nas melhores condições para tomar as decisões corretas em todas as fases de produção e divulgação desse mesmo texto. Naturalmente, isto não significa que o editor ultrapasse as suas competências e ocupe o lugar de um paginador, capista, publicitário, etc., significa apenas que é o editor quem está mais bem habilitado para acompanhar todos os restantes colaboradores e as respetivas competências destes.

Feitos estes esclarecimentos, regressemos à revisão propriamente dita. Este tipo de revisão implica vários passos cuja ordem deve ser respeitada, sob pena de se tomarem decisões erradas que prejudicarão desnecessariamente o produto final.

A apreciação, ou melhor uma *primeira leitura*, como vimos, serve já para um levantamento de problemas e sugestões gerais, tanto no que respeita ao texto como ao livro, enquanto objeto, seja ele em papel ou digital. Com base nesta leitura, a primeira decisão a tomar, já (e sempre) com o autor, é se o texto está pronto a ser editado ou se deve regressar ao autor para que este resolva questões cuja delicadeza ou profundidade são exclusivamente da sua competência. Esta decisão depende muito do perfil do autor com quem se está a trabalhar. Há os que angustiadamente nos entregam *versões ainda incipientes*, apenas porque já alcançaram um ponto de pré-esgotamento. Do outro lado, estão os autores que seguram o texto o mais possível e que somente o libertam quando o consideram *fechado*. Neste último grupo estão os escritores como Joyce Carol Oates que assumem as inúmeras revisões que fazem antes de entregarem o original ao editor. «Só o primeiro capítulo [de *A Filha do Coveiro*] foi revisto quinze vezes [...]. Quando termino um romance, reescrevo o final e o início. Para mim, é isso que significa escrever.» (Oates *apud* Freeman. 2013: 244) Ao perfil de Joyce Carol Oates pertencem também autores como Alan Hollinghurst que assume:

Neste livro [*A Linha da Beleza*], mais do que em qualquer dos outros, fui confrontado com a decisão do que devia deixar de lado. Produzi uma grande quantidade de material que, no final, decidi não usar. No entanto, quase nunca reescrevo os meus textos. [...]. Uma das razões por que demoro tanto tempo a escrever é o facto de querer que tudo fique perfeito logo desde o início. (Hollinghurst *apud* Freeman. 2013: 313)

Convirá explicitar que este perfil de escritor não está associado, necessariamente, à experiência do escritor, pois muitos escritores de carreira continuam a pertencer ao primeiro perfil.

Se se considerar que o texto está pronto para ser editado, é o momento de consultar o *livro de estilo* e decidir até que ponto ele deve ser respeitado dadas as características do texto. Aqui, referimo-nos ao facto de o futuro livro ser ou não parte de uma coleção e se as características do texto são ou não compatíveis com as regras dessa coleção. Há editoras e editores que são mais rigorosos quanto a formatos, maquetas, grafismo de capas, etc.

Do nosso ponto de vista, as coleções, salvo raras exceções, deixaram de ter a importância de outrora e são raros os leitores que pretendem ter toda uma coleção e que essa coleção caiba toda, da mesma forma, na mesma estante. Por isso, parece-nos mais importante *individualizar o livro*, dando-lhe a forma, a maqueta e a capa exigidas pelo conteúdo e não por qualquer livro de estilo.

Dito isto, também não nos podemos esquecer das implicações das nossas decisões. Por exemplo, mesmo que um determinado conteúdo fosse muito adequado a um formato extraordinariamente grande ou pequeno, é preciso avaliar até que ponto esse formato é ergonómico do ponto de vista da leitura. Mesmo que seja um bom formato para a leitura, será demasiado difícil para as logísticas da armazenagem e do transporte e para os espaços de exposição das livrarias? Ou podemos considerar que determinado livro não deveria ter lombada. Será isso exequível, sabendo nós que aquele livro não terá direito a uma exposição horizontal numa livraria e, portanto, a sua identificação no anónimo espaço que são as prateleiras depende de ter uma lombada, na qual conste o título e o nome do autor? Ou podemos ainda ambicionar um papel com características particulares mas que não existe em stock nas tipografias com quem trabalhamos, que ultrapassaria qualquer orçamento e que atrasaria a impressão.

São potencialmente infinitas as questões que se levantam no momento destas escolhas, pelo que assim se compreende que é muito mais simples decidir que determinado livro deve ter as mesmas características de uma dada coleção e fica o caso resolvido. De qualquer das formas, consideramos que é sempre preferível individualizar um livro, desde que estejamos conscientes das dificuldades que isso acarreta e das negociações que implica.

O livro de estilo não se limita às questões materiais, tem também a ver com o conjunto de regras que deve nortear a revisão do texto. Todas as indústrias de conteúdos

têm um livro de estilo, mesmo que não o considerem como algo autónomo, um dossiê de regras presente em todas as secretárias de todos os colaboradores. Esses livros de estilo diferem consoante as regras neles inscritas se destinem ao jornalismo – sendo que a imprensa escrita tem um livro de estilo diferente do jornalismo televisivo, radiofónico ou digital –, às editoras ou a empresas de conteúdos para videojogos, por exemplo.

Alguns livros de estilo limitam-se a definir o uso de itálicos e aspas ou questões linguísticas nas quais o erro é mais comum. Outros definem o corpo de letra ou o uso de maiúsculas ou minúsculas em determinadas situações, assim como regras para referências bibliográficas, legendas ou notas de rodapé.

Na prática o livro de estilo orienta o trabalho de todos os intervenientes que interferem nos conteúdos, não excluindo questões gráficas, como o uso de uma, duas ou quatro cores numa capa, por exemplo. No entanto, a liberdade de ignorar ou alterar regras depende, em última análise, de uma decisão editorial. Não pretendemos com isto defender que as regras gramaticais devam ser secundarizadas, pois concordamos inteiramente com Ivo de Castro:

Só há duas categorias de pessoas que têm autorização para mudar a língua de repente. Ou seja, autorização para introduzir pontualmente na língua alterações ao que os gramáticos ensinam. Esses dois tipos de pessoas são: os não-escolarizados, que mudam a língua por baixo, porque dá jeito; e os escritores, que mudam a língua por cima. (Castro *apud* Ribeiro. 2016)

Se se tratar de um título de um autor com uma obra anterior considerável, é mais simples seguir um título anterior que, à partida, já contemplará as particularidades ditadas por um mesmo estilo ou pelas necessidades específicas de um mesmo tipo de conteúdo.

É este o ponto de partida. No entanto, na edição de textos literários é cada vez mais importante construir, digamos assim, um livro de estilo para cada obra, mesmo que o texto não apresente características exclusivas. Primeiro de tudo, compreender as regras que o próprio texto sugere e aquelas que poderão enriquecer a sua leitura. Todas as decisões editoriais têm como objetivo tratar o melhor possível os conteúdos porque só um profundo respeito pelos conteúdos garante o respeito pelo autor e pelo leitor. Se possível, toda a intervenção nos conteúdos de uma obra literária deverá ter como único objetivo a produção de um objeto igualmente único.

E, numa era em que a permanente inovação tecnológica apresenta quase diariamente novas soluções, não há razão para não as aproveitar. Ou melhor, há imensas razões para que tenham de se abandonar muitas das quase infinitas possibilidades de produção e quase todas têm uma relação mais direta ou mais indireta com condicionalismos financeiros. No entanto, é possível contornar muitos destes condicionalismos e um editor pode sempre propor uma capa a duas cores e usar o resto do dinheiro, que seria usado numa normal capa em quadricromia, para fazer um recorte nas badanas. Algo tão simples como um buraco numa badana pode remeter para um buraco fundamental na narrativa ou para um vazio constante na construção de uma personagem. Ou consideramos que é preciso acrescentar um caderno ao número de páginas inicialmente previsto porque, no decorrer do trabalho de revisão, se chegou à conclusão de que o texto deveria ter uma entrelinha maior para permitir uma outra respiração na leitura.

O mesmo se passa, muitas vezes, com a abordagem feita às próprias regras gramaticais. Com alguns limites, o tratamento de um dado texto literário e o uso de um respetivo livro de estilo podem sempre primar pela liberdade linguística e formal. O caso pode ser o uso exclusivo de minúsculas (Válter Hugo Mãe) ou a ausência de travessões indicativos de discurso direto (Sandro William Junqueira).

Em suma, o livro de estilo que preside ao tratamento de um texto literário deve ter tanta liberdade quanta a permitida pelo orçamento, por um lado, e a legibilidade, por outro. Tudo o resto deverá ser determinado pela forma como se pretende que um texto literário seja lido. Nem outra coisa seria de esperar num momento da história da literatura em que já se permitiu (e reconheceu) um texto sem parágrafos e quase sem outra pontuação senão as vírgulas, como é o caso de quase todos os textos literários de José Saramago. Este caso é paradigmático e podemos imaginar a seguinte situação: e se o editor e o revisor do *Levantado do Chão* tivessem dito a José Saramago:

Sim, senhor, é um livro muito interessante, mas temos de numerar os capítulos, inserir parágrafos, marcar os discursos diretos e seguir as regras normais de pontuação. Como está é ilegível e não respeita as regras mais elementares. Tanto os críticos como os leitores vão rejeitar um estilo como este.

Imaginemos ainda que José Saramago hesitasse, ponderasse e acabasse por reescrever todo o romance. O mais provável seria termos mais um livro ao estilo do neorromantismo e que Portugal continuasse sem um Prémio Nobel da Literatura.

Portanto, a nossa conclusão quanto aos livros de estilo na edição de livros de literatura é que sim, são fundamentais, principalmente se o editor se dedicar, em conjunto com o respetivo autor, a fazer um livro de estilo para cada obra. Começa-se assim a compreender que a edição de textos literários originais é um *processo exclusivo* para cada obra, muito embora, esta exclusividade seja mais exigente numa primeira obra, pois, geralmente, as futuras obras de um autor permitem o aproveitamento de regras definidas na edição de um primeiro livro.

Definido o livro de estilo de cada autor/obra, é agora o momento de o aplicar na edição do texto. Nesta fase, haverá várias etapas de revisão que, muito provavelmente, irão ainda deferir ou indeferir as decisões tomadas na construção do livro de estilo. O mais importante é considerar esse livro de estilo um guia não dogmático, tendo, no entanto, o cuidado de apontar e justificar todas as nuances junto do autor, revendo ombro a ombro todas as sugestões e tomando em conjunto todas as novas decisões.

Defendemos que a primeira revisão de um texto literário original deve partir sempre do princípio de que será um trabalho de editing, ou melhor, de *developmental editing*. Nunca devemos partir do princípio de que o texto precisa apenas de uma revisão tipográfica, mesmo que o autor se tenha mostrado pouco aberto a sugestões mais *invasivas* ou mesmo que um texto, numa primeira abordagem aparente não precisar de alterações mais profundas. O principal objetivo neste tipo de edição é explorar os limites literários de um texto, potenciando todas as suas melhores características. Só desta forma o resultado final será o melhor possível, potenciando a melhor receção possível por parte do seu leitor-alvo.

Naturalmente, as sugestões do editor *não deverão ser impostas* ao autor e o resultado final terá de ser sempre algo com que o autor se identifique completamente. No entanto, se houver uma relação empática e fiável entre o editor e o autor, o autor acabará por compreender que o resultado proposto pela leitura técnica do seu editor pretende otimizar e não denegrir o produto final. Este cenário, todavia, só é válido se o editor não pretender adequar o texto a nenhum estereótipo, seja ele de ordem gramatical ou narrativa. O autor literário é sempre guardião aguerrido do seu texto e se suspeitar que o editor procura conduzir a edição da sua criação num sentido que privilegie, por exemplo, uma tendência de mercado, reage muito negativamente. Esta reação acaba por

ser benéfica, pois ao longo de vinte anos de profissão aprendemos que *o autor tem sempre razão*, desde que esteja na posse de todos os dados necessários para tomar uma decisão.

As técnicas de revisão seguidas deverão, pelo exposto, ser as adequadas ao texto e ao seu autor. Quer isto dizer que o editor deve definir previamente com o autor se, por exemplo, é preferível fazer as anotações em papel ou em suporte digital ou se deve ou não marcar as correções de meras gralhas ou erros ortográficos. Também aqui o conforto do autor terá de ser privilegiado, competindo ao editor adaptar-se ao máximo às condições que lhe são preferíveis. Por mais insignificante que pareça, até mesmo um detalhe deste tipo pode prejudicar a atenção do autor e isso é sempre prejudicial.

O revisor é o profissional que prepara o original para paginação, tanto ao nível da correção linguística como ao nível da uniformização das características formais do texto (fonte e respetivo tamanho consoante a estrutura interna do livro ditada pelo índice, por exemplo). É também da sua responsabilidade a revisão de provas paginadas, com os respetivos cotejos (verificação da correta inserção de emendas das provas anteriores nas provas subsequentes até à prova final que seguirá para impressão).

Os limites de intervenção do revisor, seja qual for o tipo de revisão que pratique e o nível de autonomia, resultam da confiança nele depositada pelos restantes elos da cadeia editorial, principalmente os que se situam a montante, sejam eles o autor, o editor, o tradutor, o agente, etc., e a jusante, nomeadamente o maquetista, o capista e o paginador.

Convém esclarecer que o revisor não é um simples fiscal da gramática, que diagnostica e corrige erros que os programas informáticos ainda não conseguem diagnosticar com esmero. Se o fosse, seria certamente uma profissão em risco de extinção. Não é o caso. As categorias profissionais do editor e do revisor estarão mais ou menos salvaguardadas, uma vez que o aumento da quantidade e da diversidade dos textos tornados públicos, seja nos suportes impressos tradicionais, seja em suportes digitais, seja na Internet, pode permitir a tomada de consciência para a importância de um olhar técnico e exterior. Assim sejam os profissionais capazes de apresentar provas da mais-valia do seu trabalho, o que, como sabemos, não será fácil, dada a discricção, o quase secretismo que rodeia o trabalho que se faz com um dado autor e um dado texto.

Em todos os casos, o reforço das suas competências linguísticas deve ser permanente, não só para otimizar o tempo dispensado a esta fase do trabalho, como também porque a língua está em constante evolução. Além disso, apenas um

conhecimento da língua aprofundado permite adequar a revisão a qualquer estilo. A língua, mesmo sem fugas ao seu uso correto, abrange um grande leque de possibilidades, o que se revela essencial na hora de justificar as emendas feitas perante o autor, o editor, etc.

Retomamos a delicada tentação de considerar os editores e/ou os revisores, como autores secundários ou figuras que podem *partilhar a autoria*. É verdade que estas figuras podem ter uma grande influência no texto final, e é também verdade que podem elevar ou não o objeto final consoante as diversas decisões criativas que vão tendo ou promovendo ao longo de toda a cadeia editorial. No entanto, defendemos uma forte e intransponível cisão entre o que é criação e o que é criatividade. A criação é um acontecimento único e pessoal, a ideia original que pertence apenas a quem a assina. A criatividade pode revelar-se em todas as etapas da cadeia editorial, desde a revisão do original até ao leitor final. A qualidade da criatividade colocada ao serviço da criação pode elevar muito a qualidade do objeto final assim como a sua receção, mas a criatividade não tem como existir sem a criação. Já a criação tem uma existência autónoma, com mais ou menos adjuvantes criativas.

O objetivo da revisão deste tipo – *developmental editing* – será sempre merecer um comentário como o de Toni Morrison: «Os vinte anos em que trabalhou na Random House [...] permitem-lhe conhecer bem a importância do trabalho de edição e revisão de texto» (Freeman. 2013: 22). Toni Morrison pertencerá ao perfil de escritor que se encaixa nesta afirmação do editor Francisco José Viegas: «Pergunte-se aos “editandos” se esse trabalho faz sentido e eles dirão: sem dúvida. [...] todo o escritor “tem uma frase fatal” [...] e o editor está lá para a apanhar» (Viegas *apud* Henriques. 2008: 8).

Este editor/revisor também existe, relembramos, para trabalhar com autores como Marguerite Duras que «n’a jamais supporté la moindre remarque sur ses textes» (Perez. 2006: 209). O que nunca o revisor cúmplice desejará é que se chegue à conclusão, como Olivier Dumas, presidente dos Amigos de Júlio Verne, que «considère que la vraie œuvre de l’écrivain est antérieure aux interventions de l’éditeur» (Perez. 2006: 203). Justifica-se, por isso, a seguinte afirmação de Sylvie Perez: «Il n’y pas d’écrivain s’il n’a pas de lecteur. C’est toute la question de l’édition. On est au cœur du problème.» (Perez. 2006: 270)

PARTE III

A MEDIAÇÃO CULTURAL

5. INÉDITO + EDIÇÃO = ÉDITO

Num artigo em que analisa três recentes – pós-2002 – manuais de referência de Crítica Textual, João Dionísio começa por constatar a «ostensiva penúria bibliográfica portuguesa no que diz respeito à crítica textual» (Dionísio. 2007: 105).

Realmente, a bibliografia disponível em português acerca destas temáticas – crítica textual e edição – é claramente insuficiente e, em nossa opinião, incipiente. Esta sempre foi a sensação que nos acompanhou ao longo de vinte anos de profissão, a que se junta a quase inexistência de reflexão crítica de editores acerca do seu próprio trabalho.

Convém ressaltar que o artigo de João Dionísio em foco é sobre crítica textual, em particular, e não sobre edição, em geral. No entanto, pensamos não ser abusivo partir desta reflexão sobre crítica textual para desenvolvermos a nossa reflexão acerca da edição. A primeira constatação é o facto de não ser simples alcançar definições satisfatórias. No caso da crítica textual, porque, ao contrário do que comumente se pensa, não se refere apenas a textos antigos, é igualmente aplicável a «textos modernos e contemporâneos, domínio em que frequentemente os originais não estão ausentes e a própria questão de original pede tratamento *sui generis*» (Dionísio. 2007: 111). Tal como «a crítica textual não é disciplina de pensamento único» (Dionísio. 2007: 115), também não o será a edição quando, para mais, parece permitir tantas definições quanto o número de pessoas que a pratica, e cada profissional emprega técnicas dificilmente transpostas para outro contexto que não aquele em que ocorre.

Uma questão preponderante na edição de textos originais de autor vivo e acessível consiste na atitude do editor perante o erro, pois o «autor também comete erros ou modificações que não correspondem à sua intenção» (Dionísio. 2007: 117). A nossa experiência confirma-o, sendo que, se há erros que facilmente percebemos não serem intencionais e, portanto, inquestionavelmente corrigíveis, há frequentes ocorrências de *erros* que, intencionais ou não, parecem concorrer para uma versão mais interessante do texto: «o problema está, pois, em determinar o que são erros de pena ou mecânicos e como reconhecê-los» (Dionísio. 2007: 117). Em edição, o trabalho com a palavra do autor não se reduz a um conjunto de técnicas e regras. Terá técnicas com algum grau de exatidão, mas tal não transforma a edição numa ciência, pelo menos não

numa ciência exata, e o editor, figura quase sempre invisível e não mencionada é «“o participante secreto” da produção editorial, é um mediador entre autor, designer e, por último, leitor» (Manguel, 2006: 114).

Ser este *participante secreto*, que desempenha um conjunto tão vasto de funções, é algo que transforma profundamente a pessoa que abraça a profissão. Uma vez editor, sempre editor. Porque é uma profissão muito absorvente, porque é uma profissão muito arriscada, porque é uma profissão apaixonante.

Profissão absorvente porque é uma profissão sem horários; porque o editor passa dias, semanas e meses com um determinado livro sempre presente no pensamento e nas preocupações; porque ainda não descobriu como defender a publicação daquele original perante a respetiva administração; porque, afinal, não receberá aquele novo título que lhe salvaria o orçamento anual; porque tem agendados vários périplos pelo país para acompanhar sessões de apresentação, sessões em escolas, sessões de autógrafos... e a única hipótese que tem para rever provas ou terminar uma primeira leitura é no comboio ou no hotel; porque o autor tem uma crise de insegurança séria e desfaz-se em lágrimas ao telefone; porque tem de recusar, presencialmente, um determinado original, ou tem de devolver outro porque a ideia é muito boa, mas a história tem de ser refeita, etc. etc., etc.

Profissão arriscada porque o editor está até ao último minuto sem saber se um determinado acabamento de capa resulta como pretende. Porque *garante* que determinado autor vai ser um peso-pesado no prazo de cinco anos. Porque marca uma sala com capacidade para 500 pessoas e aparecem 80. Porque pode ser desta que é preciso deitar fora uma edição inteira porque não viu uma gralha no nome do autor, porque se enganou a indicar o formato, porque não reparou que determinado nome está incorretamente traduzido ao longo de todo o livro, porque o ISBN está errado, porque falta um caderno, porque faltam as legendas, porque temos metade do livro impresso ao contrário. Porque podia ter sido o editor a recusar o José Saramago, pois um texto dramático como a *Noite* nem sequer é indiciativo do génio que o escreveu. Porque *sabe* que vale a pena apostar num autor de quem nem o nome verdadeiro conhece. Porque deixa de publicar um determinado livro ao optar por não retirar outro título da programação e não consegue encontrar forma de o acrescentar, etc., etc., etc.

Profissão apaixonante porque o editor faz parte de um muito reduzido grupo de olhos que veem pela primeira vez um romance que pode mudar a História da Literatura. Porque trabalha com um autor genial que sempre lhe dá a ver, em primeira mão, novas

visões de mundo. Porque o autor lhe confia os seus mais diletos filhos em formato word. Porque ouve alguém numa feira do livro dizer: *este livro mudou-me a vida*. Porque olha para uma enorme fila de leitores numa sessão de autógrafos e sabe que três anos antes o segundo livro daquele autor nem como livro do dia pegava, etc., etc., etc.

Um editor também *perde coisas* ao longo dos anos, perde, principalmente, a ingenuidade perante o livro e perante a indústria. Perde a confiança em críticos que anteriormente admirava e em prémios que anteriormente lhe orientavam as leituras. Fica incapaz de ler um livro como um leitor normal porque questiona determinado papel, porque se incomoda com uma tradução má, porque vê três gralhas feias no texto de contracapa, porque percebe que determinado autor seguiu determinado estilo ou género porque foi pressionado para o fazer, etc., etc., etc.

Depois de se ser editor não há como curar o impulso para cuidar de um texto, de um autor, criar-lhe espaço, atenção, conversar sobre ele com outros leitores. [...] Ser editor é não escrever livros que são nossos. Quando ouvimos alguém dizer bem deles, inchamos. Fazemos dieta, motivamo-nos para todas as dificuldades da vida, temos coragem e sorrimos em coletivo. Ficamos bonitos com a beleza dos outros. (Mãe. 2016: 34)

A bibliografia sobre editar e ser editor pode ser escassa, mas, na verdade, qualquer livro publicado pode ser um *manual* porque os defeitos e as qualidades de um editor e de uma edição tornam-se públicos. O editor pode ser invisível, mas o seu trabalho está à vista de todos. Por outro lado, se é verdade que a falta de formação faz parte da realidade de muitas editoras, também é verdade que é no contacto diário com editores e restantes colegas mais experientes que se aprende o que há de mais importante para aprender na profissão. É neste contexto que podemos aceder diretamente a este tipo de ensinamentos, de testemunhos, como este, de Carlos da Veiga Ferreira, aqui registado numa longa entrevista feita por Sara Figueiredo Costa:

isto foi feito com base num ensinamento de Feltrinelli, que dizia que «um editor deve ter a cabeça nas nuvens e os pés bem assentes no chão». Isso fez com que houvesse, e continue a haver, milhares de livros que eu gostava de ter publicado e que nunca publiquei nem nunca publicarei. [...]. Porque sei que estão condenados, à partida, a vender 17 exemplares. [...]. Esta do 17 é o número de

exemplares que o Flaubert vendeu da *Madame Bovary*, quando foi publicado. E nessa altura já havia autores que vendiam milhares. (Ferreira *apud* Costa. 2013: 48)

A falta de bibliografia sobre edição, principalmente no caso de um editor literário, pode também ser minimizada pelos inúmeros estudos sobre literatura e arte, pois um editor tem de estar bem-informado e atualizado nas áreas de edição em que trabalha. Se for um editor de uma coleção de desporto, não lhe é exigido que domine as diversas áreas do saber de um tema tão específico, embora seja muito útil que possa ir um pouco além da arquitetura do livro e da revisão tipográfica do original e das provas. Mas o conhecimento de um editor de literatura não pode resumir-se a um punhado de dados genéricos. Não lhe será pedido que o seu grau de conhecimento teórico seja muito desenvolvido, mas tem de conhecer de perto o que há para saber acerca de movimentos, escolas, géneros, tendências. Principalmente na atualidade, pois a arte contemporânea deste início de século XXI, dá mostras de estar a inaugurar um «novo regime da verdade artística, o qual não é dissociável dos regimes mais amplos da verdade social e histórica no nosso *mundo tecnológico*» (Martins, Manuel Frias. 2014a: 6).

A literatura não está, no entanto, em risco de extinção, por muito que as formas e fórmulas de que se reveste sejam experimentadas, descartadas e alteradas a cada dia. Conforme afirma Manuel Frias Martins:

o homem terá sempre necessidade de literatura, e muito particularmente do fulgor imaginativo das representações verbais da poesia. Contudo, a questão que hoje se nos coloca é exatamente a do *regime da verdade* do que foi, é ou será poesia e literatura. Melhor, a questão que hoje se nos coloca é a de saber reconhecer as determinações do *regime do sentido* dos conceitos de poesia e literatura (Martins, Manuel Frias. 2014a: 7).

Nunca foi fácil trabalhar com literatura ou com outra forma de arte. Por um lado, porque as respetivas indústrias sempre foram muito frágeis e complexas. Por outro lado, porque um editor, ou outro tipo de mediador cultural, por muito informado que seja e muito atualizado que esteja, nunca estará ao nível do escritor ou do artista. A estes pertence a vanguarda do conhecimento e das novas formas de retratar o Homem e o Mundo, cabendo apenas ao editor, *a humildade de se apresentar ao serviço*. O editor, o

mediador cultural, toma em mãos o material que perspectiva ser arte, a ele entregue, à confiança, pelo autor, e *jura* respeitar esse material e dá-lo a conhecer ao mundo. Mas inicia-se aqui uma sucessão de questões a que o editor/mediador cultural tem de saber dar resposta.

O que é um inédito? O que é a edição? O que é um édito? Como as próprias palavras indicam, há, entre o primeiro e o último termo desta equação, uma dimensão temporal, dado que um *inédito* só é ou só pode existir *antes* de deixar de o ser. Ao tornar-se *édito*, marca um sentido único e irreversível. O termo *edição* está irremediavelmente no centro desta dimensão temporal, pois é a edição que transforma o *inédito* em *édito*. É de realçar a responsabilidade inerente à edição enquanto figura de mediação, pois, através dela, a palavra passa a ser *definitiva*.

O obrigatório diálogo entre inédito e edição nem sempre é amigável, mas ambos os seus responsáveis – o autor e o editor – sabem que, iniciada essa relação, nem um nem outro voltarão a ser os mesmos. O autor não voltará a olhar para a sua obra com a solidão que caracteriza a escrita. O editor não voltará a editar um qualquer outro inédito sem, de uma outra forma mais ou menos presente, recuperar o que aprendeu em todos os anteriores exercícios de edição. Constatamos também que a obra de arte, resultante do impulso criador do seu autor, existe independente do mediador ou do recetor, mas o seu *estatuto cultural e social* só se concretiza na presença da equação completa: inédito + edição = édito.

Os livros, enquanto éditos, enquanto bens culturais de consumo, não surgem de *geração espontânea* nas prateleiras das livrarias e das bibliotecas. Todos os que integram a restante cadeia de mediação – livreiros, bibliotecários, académicos, críticos, jornalistas, professores, decisores governamentais, animadores culturais, familiares, amigos, etc. – só podem existir e exercer as suas funções depois de o editor fazer o seu trabalho, ou seja, depois de transformar um inédito em édito. Por conseguinte, a responsabilidade de decidir, de dizer Sim ou Não a um manuscrito; a responsabilidade de decidir qual a forma como esse manuscrito será dado a conhecer ao mundo é da exclusiva responsabilidade de alguém que, formal ou informalmente, desempenha as funções de editor.

Seja qual for o nosso entendimento do que é a arte, esse entendimento entra hoje em dia em diálogo – quando não, em debate – com as implicações sociais (ou sociológicas) da arte. Idalina Conde, no seu estudo *Arte e Poder*, diz-nos que são várias as expressões do poder artístico: «semiológicas, estéticas, éticas e políticas» (Conde.

2009: 3). O poder artístico é, assim, «o triplo poder de representar, transcender e agir sobre os imaginários e a sociedade com que as obras atravessam as histórias culturais de patrimónios e pedagogias, idolatrias da arte e iconoclasmos, convenções e subversões» (Conde. 2009: 3).

De uma forma mais ou menos assumida ou mais ou menos instrumentalizada, a arte teve sempre, ao longo das diversas épocas civilizacionais, o seu poder reconhecido pelas diferentes instâncias de uma dada sociedade. Portanto, é pertinente é refletir acerca do poder das «tutelas, mediações, mercados, mediatização, recepção» (Conde. 2009: 5). Não pretendemos aqui enunciar as diversas formas e as diversas instituições que tomaram para si, ao longo da História, este poder tutelar. Importa antes descrevê-lo nas suas linhas gerais, as quais, pensamos nós, facilmente poderão ser inteligíveis em todos esses momentos, salvaguardando as suas naturais particularidades.

O poder simbólico dos artistas tem forçosamente de se relacionar com o poder dos agentes económicos mais fortes, sejam eles o Estado, empresas público-privadas ou empresas unicamente privadas. Estes agentes económicos mais fortes edificam muito do seu poder no facto de serem muitas vezes (ou sempre) o único meio disponível para que a obra de arte seja conhecida e reconhecida pelo seu público-alvo, remetendo, por isso, o poder do artista para um segundo e perverso plano.

A literacia é hoje, reconhecidamente, «um recurso de *empowerment* para a cidadania informada e competente» (Conde. 2009: 19) e permite *ver* nas obras de arte ou a partir delas um «*scanner* do mundo» (Conde. 2009: 31). Ao reconhecer esta competência da arte, reconhece-se também o poder do artista e protege-se a sua autoria. Ao recuperar-se a autoria na arte, recupera-se também a exclusividade da obra de arte. Aplicada à literatura, esta recuperação materializa-se no *livro único* que se define como aquele em que

rápidamente se reconoce que al autor *le ha pasado algo* y ese algo ha terminado por depositarse en un escrito. [...]. Era necesario que quien escribiera hubiera sido atravesado por esa otra cosa, que hubiera vivido dentro de ella, que la hubiera absorbido [...] y eventualmente (aunque no era obligatorio) la hubiera transformado en estilo. (Calasso. 2013: 14)

O que está em jogo é sempre a luta a favor ou contra uma tendência conservadora que procura manter o monopólio de uma cadeia de valores que determina

o que é *legítimo ou ilegítimo*²⁶ num dado contexto artístico. Os atores dessa luta podem ser editores reputados, críticos ou jornalistas especializados. No fim, alguns recém-chegados alcançam a legitimidade e aproximam-se gradualmente do centro de poder. Esse centro alarga-se para permitir a sua entrada ou impõe a expulsão de obras e autores cujo lugar esses privilegiados recém-chegados passam a ocupar.

Mas os poderes no meio literário são frágeis, quer os editoriais quer os da crítica, pelo que todos os atores envolvidos são levados a inventar novas formas de expressão e de posicionamento no mercado. Os critérios para alcançar e manter a legitimidade são muitas vezes o resultado de *poderes arbitrários* protagonizados pelas instâncias de consagração que impõem uma forma de hierarquização das obras legítimas. Uma vez imposto o seu nome, o autor enfrenta, no decorrer da sua afirmação, uma arena de atores, que passam a disputar o direito ao produto do seu trabalho.

No contexto nacional, e no que respeita à literatura, a figura do mediador, seja ele um mediador descobridor ou um mediador de valorização vai sendo mencionada e reconhecida. Na edição de novembro de 2012, a revista *Ler* decidiu fazer um dossiê intitulado «50 nomes que atualmente levam mais portugueses a ler», no qual, o quadro de redatores escolheu as figuras que, na sua opinião, mais influenciam as pessoas a ler. As personalidades escolhidas são escritores, editores, humoristas, cientistas, historiadores, jornalistas, críticos, poetas, professores e ensaístas.

Para concluir, recordamos a história do homem que planta nozeiras. Quando lhe perguntam porque planta ele nozeiras sabendo que nunca viverá o suficiente para comer os seus frutos, ele responde: Se não as tivessem plantado antes de mim, eu nunca poderia comer nozes.

Na verdade, tudo na economia deveria seguir este princípio. Sabemos que assim não acontece e que a economia, e consequentemente as pessoas, vive na pressão constante de alcançar resultados imediatos, sendo que estes *resultados* se limitam à acumulação de lucro. Se este quadro civilizacional é grave em qualquer ramo da atividade humana, mais grave é quando aplicado à cultura, pois é sabido que produzir bens culturais é realmente equivalente a plantar nozeiras.

Vejamos um exemplo concreto: hoje muitas pessoas usufruem do lucro de um livro como *Rosa, minha Irmã Rosa*, de Alice Vieira. É um dos casos raros que foi um *sucesso* moderado no momento em que saiu e continua a vender muito bem. É um caso

²⁶ Remetemos uma maior explicitação do conceito «legitimidade» para outros momentos do presente estudo, nomeadamente na Introdução e no subcapítulo 3.1.

feliz desde o início e a história é pública: a jornalista Alice Vieira, em finais dos anos 70 escreveu o livro em parceria com os filhos, cumprindo uma promessa de férias. A escritora decide enviar o livro para um prémio promovido pela Fundação Calouste Gulbenkian no âmbito do Ano Internacional da Criança, em 1979. Esta é a história sucinta do ponto de vista da criação da obra. Vejamos agora este caso do ponto de vista da mediação.

A Fundação Calouste Gulbenkian teve o mérito de promover o prémio (mediação 1), o júri do prémio teve de ter a visão de que aquela obra deveria vencer (mediação 2), um editor teve de seleccionar a obra para publicação (mediação 3), uma editora teve de aceitar a proposta do editor e avançar com a publicação (mediação 4), vários primeiros intermediários, a começar pelos divulgadores e comerciais da editora, passando por distribuidores, jornalistas, livreiros, promoveram e venderam a obra (mediação 5), vários intermediários secundários estiveram atentos e reconheceram o valor da obra, fossem eles professores, bibliotecários, decisores políticos, familiares... (mediação 6).

É este o poder da mediação e é este, sensivelmente, o processo inerente a qualquer mediação, a que podemos (e devemos) juntar ainda um número de leitores cada vez maior, sejam eles *leitores normais* ou estudiosos que *receberam e valorizaram* a obra ao ponto de a sugerirem às pessoas que os rodeiam.

Facilmente se compreende o poder da mediação, falta, no nosso entender, dar-lhe importância. Isto é, são ainda escassos os mediadores que têm a real noção das responsabilidades inerentes ao seu poder. A começar pelos primeiros, os editores, os plantadores de noqueiras, pois todo o restante processo da mediação começa neles e podemos até afirmar que termina neles, pois são eles que avaliam o sucesso ou insucesso de um produto, são eles que decidem continuar ou não a investir num autor, sabendo que são muito raros os casos de autores que começam a permitir recuperar o investimento e a dar lucro antes de cinco ou dez anos de carreira ou antes do quinto ou sexto livro publicado.

Retomando a metáfora agrícola, os editores, mesmo trabalhando quase exclusivamente na esfera do privado, não podem ignorar o poder social e a responsabilidade civilizacional que têm. Não podem plantar apenas alfaces, de preferência em ambiente controlado por químicos e tecnologias que dispensam até a existência de terra, porque representam um *valor seguro* que pode ser rentabilizado em

poucas semanas. Naturalmente, também as alfaces são importantes, assim como todos os produtos entre as alfaces e as noqueiras.

5.1. A apreciação literária de obras originais

Um verdadeiro editor diz mais vezes que não do que sim. Assim sendo, uma das minhas grandes satisfações enquanto editor é constatar no meu catálogo a presença regular e repetida de um autor: este companheirismo ao longo dos anos, embora nunca nos proteja de uma rutura brusca, por vezes violenta, sempre desoladora, constitui indício de um êxito partilhado e às vezes também a marca de uma amizade confiante construída de forma paciente, de livro em livro. (Bourgois. 2013: 52)

Existem, pelo menos, duas razões principais para a recusa de propostas editoriais. Ambas dizem respeito ao nível de dificuldade de produção do livro proposto, o que está diretamente relacionado com os custos de produção. Pode ser demasiado complexo, porque, por exemplo, está repleto de imagens, que será preciso recolher de fontes legítimas, obter as devidas autorizações e suportar os custos elevados de impressão. Ou pode implicar uma tradução ou revisão científica particularmente difíceis e caras de uma obra que, mesmo interessante, pertinente e pertencente a determinada linha editorial, não tem um público-alvo suficientemente grande para suportar os riscos financeiros. As programações das editoras não são infinitamente elásticas, isto é, a dimensão de uma editora, em termos de recursos humanos e financeiros, determina um número máximo de títulos que pode produzir num ano. Ultrapassar esse número pode pôr em risco a sustentabilidade de uma editora.

Por outro lado, dadas as limitações, o programa de uma editora pode ser facilmente preenchido com títulos novos de autores da casa. Não é garantido que um editor publique todos os originais de um autor da casa, mas parte-se do princípio de que esses novos títulos são de qualidade equivalente ou superior aos títulos anteriormente publicados. Por outro lado, mesmo que tenham níveis de qualidade ou interesse medianos, a primeira hipótese colocada pelo editor é publicá-los, pois é sabido que nenhum autor tem só *livros fantásticos* na sua carreira.

As programações estão sempre diretamente relacionadas com o trabalho de apreciação, mas quando um editor trabalha exclusivamente (ou quase) com textos originais, uma programação é sempre muito difícil de gerir, pois está repleta de imprevistos. Uma programação construída com base em traduções ou livros importados tem outras dificuldades, nomeadamente a compra de direitos, mas, uma vez resolvidas, é muito mais fácil gerir os orçamentos e os prazos.

Entre os *imprevistos típicos* de uma programação baseada em textos originais, os mais complexos são os que implicam livros a menos e livros a mais. No primeiro caso, os originais prometidos pelos autores podem não ser entregues. Esta situação não é necessariamente grave, mas implica preencher *um buraco*, de preferência com um original com uma performance comercial semelhante. Um determinado programa implica um determinado orçamento e esse orçamento é construído com base no deve e haver entre os custos de produção de cada livro e a expectativa das suas vendas. Se preencher um buraco na programação não é particularmente difícil, fazê-lo com um livro que tenha a mesma performance, ou superior, já não é tão simples. No segundo caso, um autor da casa apresenta um original não previsto ou num momento em que a programação está já fechada. Esta situação é também muito difícil de gerir, mesmo no caso de ser um original com potenciais vendas.

Poderemos pensar que se é entregue um original bom e vendável, mesmo que imprevisto, isso seria sempre uma boa notícia. Na verdade, é sempre uma boa notícia, mas é preciso perceber que esta entrega implica um efeito dominó e é esse efeito que é complexo. Se podemos simplesmente acrescentar um novo título à programação, o assunto fica resolvido, mas o mais comum é as editoras trabalharem no limite das suas capacidades, tanto humanas, como logísticas e financeiras, pelo que é normal que um editor seja pressionado para deixar cair um outro original. Como não é difícil de deduzir, o original a cair será o de um nome menos sonante, de qualidade inferior ou menos vendável e o editor já assumiu um compromisso com esse autor e não será fácil levá-lo a compreender e aceitar que, afinal, o seu livro já não vai sair quando previsto. Como o editor sabe que os imprevistos nunca param de suceder, opta por não dar de imediato a notícia ao autor, até porque há sempre a hipótese de esse autor não entregar o original e o caso fica naturalmente resolvido, por exemplo. Pode ser também que o autor o entregue com atraso, o que permitirá ter isso como argumento para que escorregue para a programação do ano seguinte. Pode ainda vir a ser muito útil tê-lo mantido porque pode ser a solução para outro buraco imprevisto.

Outro *imprevisto recorrente* é o autor atrasar-se na entrega do original. Neste caso, o editor tem de lidar com falta de livros para um determinado mês e excesso de livros noutra. Quase todos os autores querem ver os seus livros lançados na *rentrée* e na Feira do Livro e, muito embora sejam estas as duas alturas do ano em que saem mais livros, uma editora tem de alimentar a sua rede de impressão, distribuição e venda de forma contínua e não pode ter novidades apenas duas vezes por ano. Além disso, é preciso também perceber que o calendário de produção de uma obra costuma ser muito apertado e os colaboradores de uma editora não conseguem fazer vinte livros de uma vez, nem podem ficar o resto do ano sem trabalho.

Outro problema com estes picos de lançamentos tem a ver com a divulgação e promoção das obras, porque também os jornalistas, críticos e publicitários têm de lidar com ela. Sabemos que os nomes mais sonantes publicam em princípio na *rentrée* (set-nov.) e na Feira do Livro de Lisboa (mai-jun.). É frequente haver peças jornalísticas sobre as novidades da *rentrée* e da Feira. Portanto, se os jornalistas e críticos têm muitos livros para ler em determinadas alturas e se os nomes mais sonantes concorrem com nomes menos sonantes, não é difícil compreender que os nomes menos sonantes não serão lidos, ou não serão lidos em tempo útil e que, mesmo que o sejam, não haverá espaço nas agendas dos órgãos de comunicação para incluir as críticas, as resenhas ou, simplesmente, as notícias. Por fim, cada livro novo implica ações de promoção durante várias semanas e o editor não teria capacidade para as organizar todas ao mesmo tempo e muito menos acompanhar todos os autores a todo o lado.

Estes são os principais problemas da relação entre a apreciação de originais e a gestão de uma programação, mas há ainda outros de menor envergadura. Entre eles, contam-se os imprevistos de produção propriamente dita. Porque um livro acaba por ser muito maior ou muito menor do originalmente previsto. Porque se chega à conclusão de que é preciso ou um formato ou um papel diferentes dos orçamentados. Porque o título muda três vezes ao longo do processo, é preciso avisar toda a cadeia editorial e há sempre um elo que fica no esquecimento. Porque se fazem dez propostas de capa, quando estão apenas previstas três, e são todas recusadas. Porque um livro tem o dobro ou o triplo das provas inicialmente previstas. Porque a maquete é muito bonita, mas revela-se um risco em termos de qualidade de impressão e tem de se refazer tudo, tanto a maquete como a paginação. Porque a edição do texto se revela muito mais complexa do que o agendado e por isso demora muito mais tempo. Porque o autor tem uma profunda crise de insegurança à beira da impressão e para todo o processo, mas,

entretanto, a comunicação à imprensa já foi enviada e as sessões de lançamento estão já confirmadas.

Pelo exposto, vemos que a apreciação de originais não é apenas difícil porque é preciso recusar muitas propostas; é também complexa em relação aos originais que aceitamos publicar. Na verdade, talvez faça sentido incluir na apreciação editorial as *diversas apreciações* que um editor tem de fazer ao longo de todo o processo de publicação. Não só porque todas estas diferentes apreciações fazem parte do constante trabalho de tomada de decisões, mas também porque todas essas decisões influenciam diretamente o produto final.

Mesmo que sejam difíceis todas as decisões que um Sim editorial acarreta, um Não é sempre muito mais doloroso, para os autores recusados, naturalmente, mas também para os editores. Ao contrário do que muitas vezes se pensa, o editor tem de ler todas as propostas que recebe. Muitas são muito fracas e a tomada de decisão editorial não implica a leitura integral do manuscrito, mas é sempre preciso ler um mínimo de páginas até que o editor sinta confiança na sua decisão de abandonar a leitura ou de continuar até que tenha novamente de decidir se continua ou não a ler. É sempre um processo difícil. Por um lado, porque é muito demorado e um editor nunca tem o tempo necessário para fazer este trabalho. Por outro, porque não é fácil passar horas e horas a ler materiais muito maus. Por fim, porque só um editor muito insensível ignora o tempo e a dedicação que um original, por muito mau que seja, implicam e, portanto, é sempre difícil assinar a carta que acompanha a devolução de um trabalho. Sabemos a tristeza que vai motivar, assim como sabemos que há sempre a hipótese de o autor ser uma pessoa desequilibrada e temos de estar preparados para telefonemas indecorosos e esperas à saída do escritório. Não são casos tão raros como se pensaria.

Há ainda os casos de obras que não são muito más mas que também não são muito boas. O que fazer? Arriscamo-nos a gastar mais dois dias para continuar a leitura, sabendo que podemos chegar ao fim e considerar que, afinal, não vale a pena publicar? Chegamos ao fim da leitura, correndo o risco de continuarmos sem certezas? Apercebemo-nos de que é um original bom quanto basta, e pensamos que uma linha editorial e as respetivas programações são como a pirâmide dos alimentos e que uma alimentação saudável não se faz apenas de superalimentos, ou, no caso, de superlivros? Chegamos à conclusão de que é um livro que será certamente publicado, se não por nós, por um colega e ficamos na dúvida se vale a pena ou não perder um livro que poderá vir

a ser um sucesso? Avançamos até à fase de orçamentação, correndo o risco de estar a gastar tempo laboral de vários colegas para nada?

Uma apreciação editorial é feita de muitas perguntas e o Sim ou Não finais é o resultado de todas as respostas que vamos conquistando ao longo do processo. No entanto, a nossa maior dúvida tem a ver com o nosso próprio discernimento. O que nos leva a confiar que somos capazes de reconhecer a qualidade de uma obra? Temos a formação técnica adequada? Estamos suficientemente atualizados acerca das novas formas literárias? Conhecemos todas as tendências do momento? Temos noção do que a concorrência está a fazer e do que está a correr melhor em termos de receção crítica e comercial? O simples conjunto de folhas A4 ou o ficheiro que temos diante de nós dá-nos toda a informação que precisamos para decidir?

Esta última questão é particularmente delicada porque nem sempre o editor tem mais dados para além do texto que tem à frente e, mesmo que tenha mais dados, como o currículo do autor, deverá isso influenciar a nossa decisão? É preciso lembrar que, embora não seja frequente, há grandes autores que começaram por cair anonimamente no colo dos seus editores, unicamente sob a singela forma de texto corrido.

A grande literatura não se distingue a partir de uma matriz de Sim ou Não. Não temos disponível nenhuma fórmula que nos garanta que temos ou não um grande texto e um grande autor entre mãos. Na verdade, os grandes autores são-no exatamente porque questionam as fórmulas existentes e constroem novas. Porque chegam à conclusão de que o que existe não é suficiente, que a literatura chegou a um momento de estagnação que é preciso agitar. Que o mundo e as pessoas mudaram e a literatura, enquanto grande espelho da humanidade, não está a acompanhar convenientemente essas mudanças.

Seja o que for, a grande literatura nunca é fazer bem algo que já foi feito. E o que um editor de textos literários originais pretende é possibilitar que a grande literatura venha a público e que, ao tornar-se pública, contribua para o desenvolvimento e o progresso, não só da arte mas também das pessoas que dela usufruem. Só a grande literatura faz grandes leitores e só os grandes leitores se tornam grandes escritores. Quantos Nãos e quantos Sins pode um editor dar a cada uma destas perguntas quando tem na mão um original que, de momento, apenas lhe agrada muito?

No nosso caso, que certamente não será único, sentimos um formigueiro no estômago e um aperto na garganta porque uma simples frase nos entusiasma ou nos comove até às lágrimas. É esta a forma de um grande Sim para nós, mas isso acontece meia dúzia de vezes ao longo de uma carreira e um editor faz centenas, se não milhares,

de livros ao longo dos anos. Ele conhece esta proporção. Ele sabe que nem todos os livros que faz resultam de um grande Sim. Ele sabe também que, em muitos casos, o seu primeiro Sim editorial é uma aposta num autor e não num primeiro texto que apenas faz supor um grande Sim num próximo texto. Muito raramente o primeiro livro de um grande autor é muito bom. Pode ser muito genuíno e pode permitir a antevisão de uma mente artística incomum, mas raramente é um grande livro. Assim vive o editor, de aposta em aposta, construindo livro a livro o seu discernimento, de tentativa-erro em tentativa-erro. E o editor não tem o tempo que quiser para fazer tudo isto, não, tem de o fazer depressa porque pode perder uma boa oportunidade apenas porque não foi o primeiro a dizer Sim.

A apreciação editorial de uma editora ou de um conjunto de editoras, principalmente aquelas que têm uma boa reputação no meio, não tem implicações apenas em si próprias ou nas editoras com quem concorre diretamente. De um ponto de vista genérico, do ponto de vista do meio editorial no seu todo, os não das editoras abrem as portas para a existência de um outro segmento de editoras: as que trabalham por *encomenda*. Nestas editoras, os autores pagam a totalidade dos custos de produção envolvidos e nada, ou muito pouco, recebem das hipotéticas vendas. Desta forma, o autor tenta *disfarçar* o facto de ter sido recusado por uma ou várias editoras ou, muito simplesmente, encontra um serviço que o liberta de tarefas que desconhece e, por esse motivo, não está em condições de concretizar uma edição de autor.

As aqui denominadas editoras com boa reputação no meio publicam apenas 5% das propostas recebidas, segundo dados apurados por Françoise Benhamou (2004), o que abre espaço, no seio do setor económico do livro, para o surgimento deste outro segmento cujo objetivo é publicar uma parte dos 95% que são recusados.

Este enorme volume de originais é natural, se pensarmos, como Carlos da Veiga Ferreira, o histórico editor da Teorema, que aos

16 anos, toda a gente pensa [ser escritor], pelo menos quem lê. Agora, quanto mais se lê, mais difícil é. Ainda hoje admiro muito quem se atreve a escrever. E muitos não deviam atrever-se. [...] escrever bem sem ter lido muito e bem é impossível (Ferreira *apud* Costa. 2013: 62-63).

Retomemos o raciocínio de Françoise Benhamou e, com ele, tratemos dos 5% das obras aceites para publicação. Além das questões já enumeradas, há que realçar o elevado grau de imprevisibilidade do sucesso comercial de um livro. Naturalmente, temos de excluir deste grupo os novos títulos de autores que já alcançaram um nível de (re)conhecimento elevado no meio editorial e os títulos estrangeiros que já chegam a Portugal com performances comerciais de sucesso. No entanto, mesmo neste quadro, o lançamento de um livro novo tem sempre inerente uma margem muito elevada de imprevistos, porque não está correta a ideia de que «une bonne recette devrait permettre d’assurer la promotion de produits alliant les ingrédients du succès et une (petite) part d’originalité se sont souvent fourvoyés» (Benhamou. 2004: 65).

O caso do livro, mesmo os que não são propriamente bens culturais, tem ainda a agravante de não poder ser alvo da habitual bateria de testes de mercado utilizada noutros produtos, como um novo detergente ou um novo sabor de iogurte. Esta «imprévisibilité des lois de la réussite interdit de mener une politique malthusienne et conduit à la multiplication des produits» (Benhamou. 2004: 65).

Para minimizar esta imprevisibilidade, os editores, formal ou informalmente, adotam uma espécie de teste diagnóstico que, segundo Mortimer Adler (1954: 209-210), consiste em:

- I. ANÁLISE E ESTRUTURA DE UM LIVRO. 1. *Classificá-lo de acordo com seu tipo e seu assunto.* 2. *Expor, com a máxima brevidade, sua constituição.* 3. *Enumerar as partes principais em sua ordem e relação, e analisá-las como se analisou o todo.* 4. *Definir o problema ou problemas que o autor está procurando resolver*
- II. INTERPRETAÇÃO DO CONTEÚDO DE UM LIVRO. 1. *Concordar com o autor, interpretando suas palavras básicas.* 2. *Compreender as proposições principais do autor, estudando suas sentenças mais importantes.* 3. *Conhecer os argumentos do autor, descobrindo-os na série de sentenças ou construindo-os fora delas.* 4. *Indicar que problemas o autor resolveu e que problemas não resolveu; e, quanto aos últimos, ver se o autor reconheceu seu fracasso.*
- III. CRÍTICA DE UM LIVRO COMO TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTOS. A – Máximas Gerais: 1. *Não começar a crítica antes de completar a análise e a interpretação. (Não digam que concordam,*

discordam ou deixam de julgar, antes de poderem dizer «Compreendo».) 2. Não discordar, como se se estivesse brigando ou disputando. 3. Respeitar a diferença entre o conhecimento e a opinião, apresentando os motivos de qualquer julgamento crítico que se fizer. B – Critérios Específicos de Observação Crítica: 1. Mostrar em que o autor não está informado. 2. Mostrar em que o autor está mal informado. 3. Mostrar em que o autor é ilógico. 4. Mostrar em que a análise ou concepção do autor é incompleta.

Como já vimos, e continuaremos a ver, se bem que este *teste* possa ser adotado para qualquer tipo de livro e de qualquer género, «ler ficção é mais difícil» (Adler. 1954: 231). Em qualquer caso, o risco de fracasso editorial é sempre alto, sendo que podemos definir *fracasso editorial* desta forma: «Diz-se da obra que foi editada e cuja venda, devido a fatores vários, não corresponde às expectativas que o editor previa quando a publicou.» (Faria e Pericão. 2008)

Um *sucesso editorial* é, obviamente, o contrário de um fracasso, «aceitação por parte do público de uma obra que vende bem e que quase sempre obteve um bom acolhimento por parte da crítica, sucedendo-se geralmente as edições» (Faria e Pericão. 2008). Dentro dos sucessos editoriais, temos os *sucessos literários*: «Diz-se que um livro teve ou foi um sucesso literário quando houve coincidência entre as intenções do autor ao escrevê-lo e as intenções do leitor ao lê-lo» (Faria e Pericão. 2008).

A forma como os originais (ou manuscritos) chegam a um editor é distinta de editora para editora, e mesmo no seio de uma mesma casa editorial pode assumir vários formatos e uma larga maioria de títulos e de autores tem uma história própria para contar. Convém, no entanto, esclarecer que no caso da edição literária há limites que muito raramente são ultrapassados: são eles o original encomendado e o original escrito por um escritor-fantasma. Facilmente se percebe porquê.

No primeiro caso, o *original por encomenda* simplesmente não funciona. Pode acordar-se com um autor da casa que ele entregará um romance todos os anos e até que esse novo romance sai sempre na mesma altura. Pode o autor mais disciplinado concordar com isto e trabalhar todo o ano nesse sentido. Mas também aqui o fator da imprevisibilidade é constante: o romance pode não *acontecer*, pode estar a seguir um rumo que não agrada ao autor ou que é tão diferente do habitual que vai precisar de mais tempo de maturação ou de um número superior de leituras, quer do autor quer do seu editor. Ou o romance pode nem ser escrito porque, nesse ano, o autor não teve a

necessária disponibilidade para escrever ou porque, tendo-a, escreveu conto atrás de conto, sempre que se sentava para avançar no prometido romance. Pode ainda escrever algo de qualidade inferior ao habitual e o editor considerar que é preferível que a obra não saia. Pode ainda ser de um género menos habitual ao trabalho de uma editora e considerar-se que é preferível a obra ser publicada noutra sítio. Sendo publicado na mesma editora, pode ser necessário encontrar meios de produção que não estão imediatamente acessíveis e, por isso, todo o processo será mais demorado. Ou o autor desiste à última, quando já se divulgou a capa e já se agendaram as entrevistas para a comunicação social.

É ainda preciso contemplar todas as hipóteses e variáveis que ainda não aconteceram na história de um autor ou de uma editora. Como sempre, *a incerteza é mesmo a única certeza* de um editor que trabalha com textos originais, com textos que são por ele publicados pela primeira vez e que, ainda para mais, são resultado de um ímpeto criador. Isto acarreta outras (in)certezas: o editor faz a sua programação anual com base em previsões muito falíveis e passa o resto do ano a fazer equilibrismo na corda do que existe a menos, a mais ou muito diferente do previsto.

Esta realidade, como é fácil perceber, é muito diferente da realidade de uma editora que trabalha principalmente com obras traduzidas cujos direitos adquire a uma editora estrangeira ou a uma agência literária. É também uma situação incomparável com a de editoras que trabalham principalmente com encomendas, que fazem para livros de atualidade ou técnico-científicos ou em casos em que utilizam um escritor-fantasma para escrever uma obra que será assinada por outrem. Estes exemplos de obras e autores não literários ou não originais não são isentos de imprevistos nem de problemas e dificuldades intrínsecas à edição, que sempre trabalha com casos únicos, nos quais cada livro tem uma história única. Mas, a nosso ver, e pelo já exposto, essas histórias únicas não são comparáveis à singularidade de uma obra literária original, principalmente no que se refere a propostas de originais de autores desconhecidos. Já vimos algumas formas de as apreciar, vejamos agora as diversas formas como chegam a uma editora, sendo que cada uma destas formas influencia sempre a sua apreciação.

As propostas editoriais de autores desconhecidos podem chegar a uma editora através da sugestão de um autor da casa, de um autor já estabelecido na cena literária, de um jornalista ou até de um amigo em quem o editor confia, literariamente falando. Pode ainda acontecer porque o editor segue o trabalho de um determinado cronista ou um

dramaturgo, ou qualquer outro criador cuja matéria-prima seja a palavra, mesmo que o seu objetivo não seja a publicação de um livro. Neste caso, o editor pode desafiar esse autor a pensar a sua obra de uma forma mais claramente literária e convida-o a fazer um livro. Um editor pode ainda seguir com particular atenção determinado prémio literário de inéditos ou, como já acontece muito atualmente, pode *descobrir* novos autores das inúmeras edições de autor, dos inúmeros blogues, ou, tão-somente, de comentários nas redes sociais. Um editor que tem uma linha editorial orientada para a publicação de obras originais de autores desconhecidos está permanentemente de serviço, atento a tudo o que se passa numa dada cena cultural ou num dado círculo intelectual e artístico.

Mas, ao contrário do que geralmente se pensa, os novos valores também surgem porque enviam o seu trabalho para determinadas editoras, no anonimato de um simples envio por correio, físico ou eletrónico. Neste caso, também os processos seguidos, quer por autores quer por editores, contemplam várias hipóteses que não têm necessariamente de se excluir entre si. Há editoras que pura e simplesmente não estão disponíveis para este tipo de apresentação de propostas: porque o processo de registo, acompanhamento burocrático (atender telefonemas, devolver propostas não aceites, etc.) e triagem representa muitas horas de trabalho, o que significa que é muito caro e com níveis de produtividade necessariamente muito baixos: só uma minúscula minoria das propostas apresentadas são viáveis e é muito difícil manter prazos de resposta aceitáveis.

Entre as editoras que assumem (cada vez menos) este processo, há também formas diferentes de o concretizar, embora enquadradas em duas vertentes principais: têm quadros internos que fazem este trabalho em exclusivo ou em tempo parcial, ou contam com um conjunto de consultores externos. Claro que existe a probabilidade de diferentes combinações entre ambas as vertentes, consoante a quantidade média de originais recebidos por dia, mês ou ano, e consoante o tipo de originais recebidos.

Não querendo secundarizar nenhuma das formas de chegada, talvez seja esta última uma das formas mais bonitas de um autor desconhecido ser publicado pela primeira vez. Porque a sua obra é apreciada com um grande grau de pureza, dada a total inexistência de elementos paratextuais complementares, e porque corresponde a um *encontro feliz* entre um autor e um editor.

Do ponto de vista do autor, trata-se de um encontro feliz porque, em princípio, ele envia a sua obra apenas para as editoras de que gosta e, sendo alguém sem contacto direto com a cena literária em que pretende entrar, só pode gostar de uma editora por

causa dos livros que conhece dela, e é por causa desses livros que ele quer ser publicado numa(s) editora(s) específica(s) e não em qualquer uma. Além disso, gostando dos livros e da editora, gostará certamente dos autores e sentir-se-á orgulhoso e honrado por poder tê-los como *colegas de catálogo*.

Do ponto de vista do editor, este encontro feliz é uma das maiores recompensas que pode ter. É extremamente comovente ler pela primeira vez um autor que é desconhecido, que é muito bom, cujo trabalho assenta na perfeição no puzzle em constante construção que é uma linha editorial e que, acima de tudo, pretende publicar connosco. Por ser tão especial é também uma situação muito rara, mas não deixa de ser insubstituível. É tão romântico como parece, mas esta é apenas a primeira fase de um longo processo que já pouco tem de romântico.

Depois de um editor se enamorar por um original, é preciso levar a proposta para aprovação da administração da editora, porque é muito raro um editor ter uma carta totalmente branca no que toca ao preenchimento da sua programação. É também preciso avaliar as reais condições de produção de mais um título, porque os quadros da empresa estão já sobrecarregados. Há que equacionar as consequências práticas de alargar uma programação, que frequentemente está já sobrecarregada muito antes de se começar a produção dos livros de um dado ano, e determinar se há condições financeiras para assumir um investimento que quase nunca tem retorno imediato. É necessário ajuizar se um editor poderá dar o imprescindível acompanhamento a uma primeira obra, porque muitas coisas se decidem (ou deviam decidir-se) no momento de publicar pela primeira vez um autor: a sua *imagem literária*, que será a marca distintiva da sua obra, começa logo no primeiro livro... etc., etc., etc.

Tudo isto é um facto e tudo isto tem de ser tido em conta no dia-a-dia das decisões editoriais, o que não invalida, pensamos nós, que cada decisão editorial tenha em conta o carácter exclusivo que a reveste. Um Sim implica iniciar uma relação íntima e profunda com um autor e, muito provavelmente, vai mudar a vida de ambos para sempre. Um Não implica não mudar a vida de alguém que poderia vir a ser um escritor e nunca o será. Implica também, no caso de ser uma decisão errada, não mudar a vida de milhares de pessoas que nunca poderão conhecer a visão do mundo que poderia ter sido dada através daquele escritor que nunca o chegou a ser. Um não implica também recusar uma obra e recusar todas as que não serão escritas porque aquela não foi aceite.

Claro que isto não significa, muito pelo contrário, que os editores, e restantes *mediadores primários*, devam aceitar tudo o que lhes chega às mãos. Isto significa

apenas que nós, editores, mediadores primários, temos de saber o poder dos nossos Sins e Nãos e as consequências de todos eles. No final de todas as contas, o que é importante é que «you cannot doubt remember that “aha!” moment when you first thought of an idea for a book project» (Norton. 2009: 14) e este *aha! moment* tem sempre a ver com questões estéticas, pois

The question of aesthetics will not go away. [...] the debate about aesthetics is still relevant; the question is how to apply it to the cultural industries. Three lines of response all seem to displace aesthetics from its primary position: a traditional opposition of aesthetics to the market, the reinvention of a new hierarchy, and the pluralisation of aesthetics. (Hesmondhalgh e Pratt. 2004: 14)

Françoise Benhamou indica o conceito de aura (*versus* o conceito de reprodutividade) de Walter Benjamin para apresentar um paradoxo inerente às indústrias culturais, uma vez que, com elas, desaparece ou, pelo menos, dilui-se o carácter de raridade que confere valor à obra de arte. «Les industries culturelles, édition de livres, de disques, de films, affrontent des risques importants, qu’elles gèrent en multipliant les produits offerts.» (Benhamou. 2004: 64) Mesmo assim, recordamos, menos de 5% são publicados.

Convirá ainda enumerar as principais razões para que tal aconteça. Segundo a nossa experiência, a principal razão é a fraca qualidade das obras propostas. As de poesia são, na sua grande maioria, meros relatos de quadros emocionais autobiográficos, repletos de imagens pobres, estruturas rítmicas muito ultrapassadas e rimas de *mão com pão*. Seremos talvez um país de poetas, mas não somos um país de leitores de poesia, e isso nota-se. As de ficção sofrem de problemas equivalentes: estruturas narrativas ainda presas ao romance do século XIX, à *laia de Eça ou Camilo*, ou ao neorrealismo, como se a história da literatura portuguesa tivesse terminado em Soeiro Pereira Gomes. Também na ficção os enredos são frequentemente autobiográficos e do tipo *a minha vida dava um filme*, ou simplesmente aborrecidos. O ensaio é mais frequente do que se possa pensar. Naturalmente, a maioria são teses para obtenção de títulos académicos, cujo júri *sugere a publicação*. Mas são também frequentes os autores curiosos de uma dada área do conhecimento, embora a maioria transpareça ter muito pouca formação.

Noutra ordem de razões para a não publicação, encontram-se os trabalhos que não se enquadram na linha editorial de uma editora. Já o afluímos, mas convém realçar

que este ponto é de particular importância. Seja porque essas obras não despertam nos editores o entusiasmo absolutamente imprescindível para fazerem um bom trabalho na produção do livro. Seja porque nunca trabalharam o tipo de conteúdos propostos e, portanto, não têm – nem os seus consultores – conhecimentos suficientes ou adequados para aferir a pertinência de publicar uma dada obra. Seja porque, finalmente, não têm edificados os canais de divulgação e distribuição adequados.

Esta última razão pode explicar a importância de a própria editora dominar os canais de divulgação e distribuição. Em princípio, as editoras têm um elemento da equipa responsável pelo contacto com a imprensa e uma distribuidora externa. No entanto, nem um nem outro são de uma abrangência total, o que significa que não conhecem os jornalistas que poderão interessar-se por uma dada obra, ou não saberão que existe uma pequena livraria especializada no tema do livro. E estes detalhes revelam-se muito importantes na última fase da publicação do livro: fazê-lo chegar ao *seu leitor*.

Mas o tópico principal do presente trabalho é a edição literária e a ele voltamos para retomar a questão da poesia e da própria literariedade:

A palavra «poesia» não é uma coisa, é uma palavra. [...] é um nome para uma ideia que foi sempre determinada por regimes diferenciados do sentido. A noção de literatura é ainda mais problemática na contundência da relatividade cultural por que se substituiu à palavra «poesia». [...]. Por um lado, temos de nos confrontar com o *fim* de um regime da verdade ainda partilhada acerca daquilo que é julgado ser a poesia e a literatura. Por outro, e em consequência, temos de vislumbrar o *início* de um regime do sentido que, com o nome poesia, literatura ou outro qualquer, continuará a dar ao homem a experiência imaginativa do seu próprio ser no mundo, embora num quadro cultural que pressupõe modos de produção, representação e fruição radicalmente novos, isto é, um novo *regime da verdade*. (Martins, Manuel Frias. 2014a: 8)

Quando um editor aprecia um original literário tem naturalmente presente o conjunto de preocupações referidas por Manuel Frias Martins, mas sabe também que é sempre subjetivo atribuir valor literário a uma obra e que é difícil fazê-lo numa primeira leitura. Mas é essa a principal tarefa de um editor literário, não há como lhe escapar, mesmo que tenha sempre sobre a sua cabeça a *guilhotina do erro*, como sucedeu no

caso de Robert M. Pirsig: «Em 1968, Pirsig contactou 122 editores, enviando-lhes capítulos como amostra. Só um lhe respondeu.» (Freeman. 2013: 199) Mas essa única resposta positiva «foi o suficiente para o encorajar. Alugou um quarto numa pensão, onde escrevia da meia-noite às seis da manhã» (Freeman. 2013: 199). Conforme o princípio enunciado por Sylvie Perez: «L'éditeur agit comme moteur de l'écriture. Comme catalyseur: c'est lui qui déclenche une réaction par sa seule présence.» (Perez. 2006: 228)

5.2. O gosto e o valor estético

Charles-Louis Montesquieu separa o gosto natural, que nos atinge e surpreende sem que raciocinemos sobre ele, e o gosto adquirido, que, ao ser cultivado e desenvolvido em certa direção pode alterar o gosto natural, visto que nos tornamos pessoas com padrões distintos de valor,

notre âme goûte trois sortes de plaisirs; il y en a qu'elle tire du fond de son existence même; d'autres qui résultent de son union avec le corps; d'autres enfin qui sont fondés sur les plis et les préjugés que de certaines institutions, de certains usages, de certaines habitudes, lui ont fait prendre (Montesquieu. 2001).

Montesquieu é também muito claro na sua definição de gosto: «le goût, qui n'est autre chose que l'avantage de découvrir avec finesse et avec promptitude la mesure du plaisir que chaque chose doit donner aux hommes» (Montesquieu. 2001). Realça igualmente uma questão fundamental respeitante ao gosto: «nous n'aimons presque que ce que nous ne connaissons pas».

O gosto só não se discute porque «cada gosto se sente fundamentado em natureza – e é-o quase, sendo um hábito –, o que leva a rejeitar os outros no escândalo do contranatura» (Bourdieu. 2010: 115). Se não for entendido como hábito, o gosto discute-se e assim deve acontecer porque o gosto está diretamente relacionado com questões estéticas, é algo adquirido que supõe todo um trabalho prévio do qual irá depender a nossa reação aos objetos estéticos. Por isso, Immanuel Kant, através da sua

noção de «intuição empírica», entende que o gosto está submetido «às condições formais do espaço e do tempo» (Kant. 2001: 161).

Pierre Bourdieu defende que, sendo o gosto um «*habitus* é, simultaneamente, *princípio gerador* de práticas objetivas classificáveis e *sistema de classificação* (*principium divisionis*) dessas práticas. [...] capacidade de diferenciar e de apreciar essas práticas e produtos (gosto)» (Bourdieu. 2010: 270). Portanto, até neste entendimento o gosto é passível de ser discutido. Até porque «condições de vida diferentes produzem *habitus* diferentes» (Bourdieu. 2010: 271).

Transpondo estes entendimentos de gosto para a literatura, chegamos à conclusão de que «cada género de textos supõe códigos de recepção próprios, cada livro busca uma categoria de leitores» (Leão. 2009: 311). Temos assim que o destinatário, o recetor da obra de arte, processa cada nova obra rececionada segundo o que o seu *gosto* determina, mas esse gosto é um conceito particularmente subjetivo e, por essa mesma razão, é um conceito com grande plasticidade, elástico e flexível, que pode ser educado. «Há que educar o gosto.» (Lopes-Graça *apud* Weffort. 2007: 50)

Acrescentaremos que a educação do gosto deverá abranger tanto recetores como criadores, pois, no atual contexto cultural, tão marcadamente mercantilista, de características globais e que se pauta por determinar níveis de performatividade meramente eficazes do ponto de vista comercial, o risco de baixar o nível de qualidade também se aplica, e muito claramente, à produção, à criação.

Retomando o tópico da edição literária, salientamos que *um editor olha para um manuscrito sem nenhuma leitura orientadora precedente* e, portanto, terá de partir do princípio de que a obra conseguirá comunicar com clareza com o futuro leitor. O texto literário em análise terá também de ser capaz de se impor, não só como novidade mas como novo, o que implica que qualquer novidade formal que apresente fará apenas sentido porque aqueles conteúdos específicos, que são transmitidos por essa expressão específica, têm a) *conteúdos humanos e sociais* por si só válidos e b) a expressão como esses conteúdos são apresentados é parte integrante desses conteúdos, através da qual ganham o seu total significado.

Avaliar conteúdo e expressão é avaliar igualmente a receção que terá, tanto pela crítica como pelos leitores, mas esta preocupação prioritária não é, no entanto, decisiva. Qualquer editor conhece a complexidade do meio literário onde está inserido e sabe que 1) a qualidade que acredita ver no manuscrito que tem em mãos pode não ser reconhecida pelas autoridades do campo literário em que se inscreve; 2) mesmo que

essa qualidade seja reconhecida pelos pares, os leitores poderão não a reconhecer ou, mais comumente, demorar a contactar com a obra, a lê-la e, finalmente, a apreciá-la.

Galvano della Volpe, num momento em que acompanha o pensamento de Roland Barthes, transmite-nos que apreciar criticamente uma obra implica distinguir qualitativamente o «mito literário» (Volpe. 1974: 166) daquilo que o não é. Ou seja, os mitos literários autênticos

pontificam em obras que se «abrem» à colaboração dialéctica da exegese, da crítica, do gosto, apenas enquanto *estabelecem as suas condições*, ou seja, apenas enquanto indicam – com as suas pontuais temáticas – as direcções e os fins daquela dialéctica (Volpe. 1974: 166).

É este conjunto de percepções que o editor defende quando defende uma obra ainda inédita perante os seus colegas ou superiores. Nas mãos segura uma obra que terá estas capacidades dialécticas perante o passado histórico de onde emerge e que possui expressão e conteúdo suficientes para que seja apreciada como um objeto único, como uma expressão única de transmitir conteúdos únicos. Assim sendo, será a obra em questão a estabelecer os termos segundo os quais participa na história da literatura e na formação do seu leitor. É esta uma formação também ela dialéctica, porque a leitura de cada obra «faz de nós melhores observadores da vida; que por sua vez nos torna mais atentos ao detalhe na literatura; que por sua vez nos torna mais atentos ao detalhe na vida. E assim sucessivamente» (Wood. 2010: 9).

Este panorama estético, por sua vez, depende do momento civilizacional em que está inserido e, portanto, questões como descobertas científicas e tecnológicas ou fatores meramente dependentes da moda ou da política de cada época não são displicentes nesta análise. Não quererá isto dizer, no entanto, que o código contido na obra tenha de cumprir toda a rede de significações inteligíveis. Pelo contrário, este código deverá permitir o acesso à obra mesmo que contrarie os códigos vigentes, pois pretende-se que uma obra de arte seja portadora de uma forma nova de apreender o mundo. Esta forma nova compreende necessariamente uma mensagem também ela nova e daí resulta uma aproximação de todos – artistas e recetores – a um determinado espaço e tempo.

Nesta linha de raciocínio, o *indivíduo-artista* é um indivíduo real, historicamente localizado, e só assim pode aceder a um recetor, também ele um indivíduo real e também ele historicamente localizado.

Se é verdade que toda a obra possui o código que lhe permite ser acedida pelo recetor do seu tempo histórico, não é menos verdade que esse código pode ser acedido por diferentes chaves de descodificação, quer estas sejam do seu próprio tempo quer sejam do futuro. Daí que possamos compreender uma obra à luz do conhecimento do recetor do seu tempo histórico ou à luz de um outro tempo histórico, que muitas vezes dista muitíssimo do tempo histórico da obra. Cada uma destas possibilidades de receção implica perdas e ganhos, significações que não são totalmente apreendidas, quer por um leitor historicamente contemporâneo quer posterior, mas talvez seja essa uma das razões por que uma mesma obra pode também ser lida local ou universalmente. De qualquer das formas, um bom texto, um bom poema, por exemplo, «will be one which most compels its own destruction in the service of its readers' new constructions» (McKenzie. 1986: 26).

A obra de arte, para que possa enquanto tal ser reconhecida, deverá possuir «um conjunto de caracteres comuns e específicos ou uma *essencialidade* histórico-social» (Volpe. 1970. Vol. I: 95). Mas esta essencialidade histórico-social, ao invés de significar a normalização de formas ou de conteúdos, significa que uma obra de arte é capaz de condensar em si própria, enquanto expressão e conteúdo, capacidades outras, que não as banais, de manifestar a complexidade que qualquer essencialidade histórico-social comporta. A receção da obra de arte deverá ser capaz de reconhecer (e quebrar) o código obrigatoriamente complexo de uma obra de arte, e de *admirar* esse mundo novo, que é sempre o mundo criado no seio de uma obra de arte.

Harold Bloom, quando reforça estes entendimentos, afirma que não há «uma forma única de ler bem» (Bloom. 2001: 15) ou que «somos o nosso único método» (Bloom. 2001: 16). Por esta razão, o cânone, grande norteador do gosto num dado momento histórico e sociológico, não deve ser aquilo que deve ser lido, mas sim «uma amostra dos livros que melhor ilustram as razões para ler» (Bloom. 2001: 16). Uma biblioteca é «um espelho de interesses e gostos meus – embora um pouco embaciado, não é nítido» (Lisboa *apud* Marques. 2014).

Embora Harold Bloom também afirme que «os prazeres da leitura são mais egoístas do que sociais» (Bloom. 2001: 15), di-lo porque defende que a leitura nos devolve à alteridade, «ao que é outro em nós» (Bloom. 2001: 15). Este Outro que há em nós e que nos é dado a conhecer através da leitura é já um Outro social, um Outro formado pela ideologia estruturante da sociedade onde o Eu existe. Tanto o Eu como o Outro do Eu estabelecem uma relação que é necessariamente uma relação social ou,

pelo menos, uma relação que é profundamente imbuída do meio social envolvente, pelo que Harold Bloom nos aponta o mais autêntico motivo para a leitura: a busca de um «prazer difícil [...] um prazer mais elevado» (Bloom. 2001: 29). Por muito que se fale do facilitismo da sociedade atual, a verdade é que o mundo é sempre estimulante e que a dificuldade em alcançar algo será sempre sinónimo de conquista e este é um conceito que está permanentemente na moda.

Este facto não invalida que Harold Bloom nos alerte para uma questão óbvia: «ler um romance no ano 2000 é um acto muito diferente do que era em 1944 [...], e é evidente que este género literário, que não se tinha desenvolvido completamente até ao séc. XVIII poderá morrer no começo do terceiro milénio» (Bloom. 2001: 256).

Esta possibilidade é óbvia porque o romance é um género à medida do leitor solitário e da leitura silenciosa, e apenas singrou no momento histórico em que a taxa de alfabetismo aumentou consideravelmente. Assim como o poema nasceu e cresceu para ser lido em voz alta ou mesmo decorado e declamado para um público maioritariamente analfabeto, o romance poderá estar já sujeito a um fim anunciado com os e-books multimédia ou com os jogos de computador narrativos ou com qualquer outra tecnologia que afaste o leitor da atitude solitária implícita à leitura de um romance tradicional. No entanto, este evoluir da história formal da literatura evidencia apenas o facto de que a literatura encontrará sempre uma forma de subsistir e evoluir nos diversos momentos civilizacionais da humanidade.

O século XXI poderá provocar o desaparecimento do romance e anunciar um renascimento de um género mais antigo e atualmente em desuso, como poderá ser o caso do texto dramático que se constituiu guião de cinema e que já se constitui como suporte formal dos jogos de computador narrativos. A nossa época poderá ainda ser o berço de um ou mais géneros novos, como poderá já disso ser exemplo muitos dos textos narrativos mais experimentais que apresentam um código de acesso inovador, embora sejam sempre perceptíveis a partir de códigos anteriores. É ainda provável que todos os novos suportes e técnicas de acesso à literatura, tanto os que já existem como os que poderão vir a existir, promovam géneros ainda nem antevistos. Podemos, todavia, continuar a apelar a Harold Bloom para defender que, mesmo na concretização de todos estes cenários, «a leitura profunda e constante [...] aumenta um eu autónomo» (Bloom. 2001: 258) e um *eu autónomo* será sempre a pedra-de-toque de uma qualquer

época, pois «até que nos tenhamos tornado nós próprios, o que podemos oferecer aos outros?» (Bloom. 2001: 258)

Esta pergunta é apenas formulada e respondida pelos homens que historicamente fazem a diferença no seu tempo. Esses homens alcançaram, alcançam e alcançarão a resposta através de um conhecimento maior que somente é alcançável pela leitura, embora o que interesse na leitura «não é alegrar-nos ou consolar-nos prematuramente» (Bloom. 2001: 361).

Podemos estabelecer que este tipo de literatura corresponde a uma *lista* de textos aceites numa determinada comunidade, aquela que permite alcançar a um tempo o autoconhecimento e um estágio de sociabilidade elevado, a «lista pessoal» de que fala Bloom (2001: 15). Esta *lista pessoal* passa a ser também uma lista que, sendo representativa de uma determinada norma estética, tem a acrescida responsabilidade de poder vir a transformar-se em lista(s) de referências de uma comunidade. Ao transformar-se na lista de obras que formam um catálogo editorial (quando deixam de ser inéditas para serem publicadas), passam a ser, por arrastamento, obras a considerar para integrar as referências bibliográficas de uma disciplina de língua materna (ensino básico) ou de uma cadeira de literatura (ensino superior). Posteriormente, destas referências bibliográficas será selecionada a lista de obras a utilizar, por exemplo, num programa de promoção de leitura. Desta forma, deixa de ser uma lista pessoal para ser uma lista coletiva, mesmo que seja definida apenas por uma pessoa ou por um conjunto limitado de pessoas.

A academia tem para si a responsabilidade, que advém da autoridade que lhe é reconhecida por uma comunidade, de refletir criticamente, mas poderá fazê-lo, como considera João Ferreira Duarte, com o objetivo de «provocar uma espécie de “brainstorming” através da identificação [...] das implicações e consequências do tema do cânone no discurso dos estudos literários» (Duarte. 2006: 35).

Através desta questão regressamos à questão do gosto – aqui relacionado com as preferências das massas – e à questão do valor estético, pois «cânone e canonização implicam sempre *processos de selecção* que determinam aquilo que é incluído e excluído [...]; cânone e canonização implicam sempre a produção e transmissão de juízos de valor, “clássico”, “obra-prima”, “génio”» (Duarte. 2006: 36). Portanto, uma obra nova é colocada «em interacção com o sistema literário no seu todo» (Duarte. 2006: 38), e nessa interacção deverá realizar a «desfamiliarização, como uma necessidade, intrínseca ao sistema, de *inovação*» (Duarte. 2006: 38).

Podemos, assim, deduzir que o cânone pode ser uma tabela com um número definido de títulos, da qual terá de sair uma das obras existentes para entrar uma obra nova ou uma lista com um número indefinido de obras que permita sempre a entrada de novos itens. De qualquer das formas, é sempre um sistema dinâmico que se altera cada vez que o olhamos criticamente, cada vez que equacionamos a entrada ou saída de uma obra.

Segundo João Ferreira Duarte, «os fenómenos literários não se podem estudar isoladamente mas antes em inter-relações funcionais» (Duarte. 2006: 39). Estas inter-relações funcionais são a consequência de entradas e saídas de obras, das complexas relações entre centro e periferia. Assim se explica que a tendência para a conservação de uma dada lista de obras tenha um funcionamento similar, quer o sistema represente o centro, ou seja, os chamados clássicos, quer seja parte integrante de um sistema artístico-literário periférico cujos movimentos de conservação e integração de obras obedecem a um mesmo tipo de controlo. Em qualquer um dos sistemas existem entidades cuja autoridade é reconhecida para a atribuição de valor a uma dada obra, e em qualquer um dos sistemas existem obras que entram no sistema de forma periférica e que lutam por obter o necessário reconhecimento por essas autoridades, pois esta é a única forma de se aproximarem do centro do sistema. Cada um destes sistemas, seja o central seja o periférico, permite a transferência de obras de um sistema para outro, mas o movimento mais comum é a passagem de uma obra do centro de um sistema periférico para a periferia de um sistema central.

Se assim é, «como dar conta da estabilidade, muitas vezes secular, de textos e repertórios conservados pelo sistema na sua canocidade central, mesmo quando há muito cessou a sua capacidade geradora de inovação-desfamiliarização?» (Duarte. 2006: 43) A resposta residirá nos programas escolares da responsabilidade do governo ou das academias, pois são agentes de consagração e conservação por excelência. No entanto, se a *inovação-desfamiliarização* é sempre um critério para a entrada de uma nova obra, será desejável estimular o gosto para esse aspeto estrutural na construção de uma lista (sempre subjetiva, recorde-se). Isto, mesmo que o reconhecimento das instituições detentoras do poder na manutenção do cânone vigente surja muito tempo depois da criação dessa obra (ou mesmo que esse reconhecimento nunca ocorra).

Por este motivo, é determinante que as instituições de poder, tanto as do centro como as da periferia, contemplem obras detentoras de aspetos de inovação-desfamiliarização. Questionar o valor estético e a possibilidade de evolução das suas

listas faz-se com base no confronto com novas obras, podendo daí resultar ou não a sua inclusão. De uma maneira ou de outra, será esta a forma de manter vivos e dinâmicos os sistemas de valores estéticos de uma dada comunidade.

Observemos mais detalhadamente o processo de inclusão/exclusão de uma obra num sistema canónico, dado o peso que este processo tem na construção do gosto de uma comunidade. Quando um novo criador pretende ser reconhecido pelos seus pares e pelas instituições detentoras de poder, fá-lo perante um «campo sempre já ocupado por uma hierarquia de concorrentes [...] repositórios de uma estética conservadora» (Duarte. 2006: 46), pelo que devem os «novos candidatos [...] desafiarem a(s) ortodoxia(s) dominante(s)» (Duarte. 2006: 46). Este processo pode decorrer de diversas formas, estando entre as mais prováveis a conquista de prémios literários ou o reconhecimento pela crítica e/ou pelo jornalismo cultural.

A noção de «campo do poder» de Pierre Bourdieu (1989: 28-29) é útil para perceber as relações de força entre academia e processo literário. Pierre Bourdieu defende que o poder simbólico é «um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem *gnoseológica*: o sentido imediato do mundo» (Bourdieu. 1989: 9).

Talvez devido ao carácter predominantemente conservador do campo do poder académico, é que as obras que acrescentam algo novo ao mundo da literatura e da arte raramente se veem contempladas pelo sistema académico. Mais comumente, será através de outros campos de poder cultural que estas obras iniciam o seu caminho quase sempre lento em direção ao centro deste sistema. Na verdade, e ao contrário do que defendemos que seria desejável, são quase sempre entidades privadas, e por isso condicionadas por imperativos comerciais, que iniciam um trabalho de descoberta e consolidação de artistas e respetivas obras que só muito posteriormente entram no cânone detido pela academia e pelo Estado. As indústrias culturais, as editoras – de livros e de discos –, as galerias, as companhias de teatro, o cinema independente são, surpreendentemente, os principais veículos de promoção destas obras novas. Os novos criadores poderão surgir em ambientes políticos mais ou menos favoráveis à inovação cultural, mas surgem sobretudo através de agentes privados.

Esta situação ocorre porque no seio de muitas indústrias culturais existem (ainda) qualificados e esclarecidos profissionais, conscientes da responsabilidade implícita ao ato de tornar público um autor e de lhe proporcionar as condições para que a obra desse autor desenvolva o máximo das suas potencialidades. Mas há um outro e

provavelmente mais decisivo motivo para que esta situação ocorra, dado que estes profissionais sabem que têm de diversificar a sua oferta em busca daquele criador e daquela criação que se revelará capaz de proporcionar o retorno do investimento feito. Há diferentes modelos de negócio para que este fenómeno se dê, uns mais proativos do que outros, quer se invista em publicidade ou se aposte no reconhecimento da crítica. Preferencialmente, as instituições privadas voltam-se para o sistema de ensino, e logo para a Estado, pois será aí que as suas apostas poderão revelar-se verdadeiramente lucrativas. Seja porque passam a constar dos programas ou porque passam a ser consideradas nos programas de promoção da leitura, um sistema mais flexível e aberto a obras ainda não incluídas nos programas.

Claro que entre o publicar uma obra nova e a sua entrada no sistema de ensino, seja ele básico ou superior, haverá um longo caminho a percorrer e, por isso, os mediadores culturais têm também de apostar no reconhecimento do leitor anónimo e assim tornar as obras comercialmente viáveis, mesmo que ainda não lucrativas. Seja qual for o modo de ação ou o tamanho do mercado em análise, será sempre proporcionalmente baixo o número das obras capazes de transformar o seu valor intrínseco, inicialmente visto por poucos, no capital simbólico reconhecido por muitos.

As instituições privadas nem sempre, ou até mesmo raramente, se interessam por estes produtores e produtos, uma vez que é frequente contribuírem (apenas) para uma maior profusão dos canais espiralados que rodeiam o centro de uma determinada norma estética. Por este motivo, estas obras não chegam a ser publicadas ou são-no em canais espiralados cada vez mais estreitos e distantes do centro. No entanto, abre-se uma outra possibilidade de campo, também ele passível de ser considerado um campo de poder, mesmo que se trate de um campo de poder alternativo. Estes canais alternativos são concretizados por criadores ou mediadores, também eles alternativos, tais como associações ou empresas dirigidas por criadores cujo principal objetivo é a possibilidade de criarem as suas obras em completa liberdade.

No entanto, até aqui o processo tantas vezes triturador dos campos de poder existe e controla o que se cria e o que é mantido na ignorância do público. Mesmo na periferia, a lógica do valor (sempre idealmente estético) impera e constrói um campo de poder que decide o que integra e o que expulsa. No fim, ou na periferia da periferia da periferia, encontram-se sempre obras excluídas ou cuja produção e cujo consumo não ultrapassam o meio onde o criador circula.

Acompanhamos Pierre Bourdieu quando este coloca uma delicada questão: «é um dever daqueles que têm por missão velar pelo movimento das letras e das artes lutar contra os falsos deuses, mesmo quando estão apoiados numa popularidade efémera e são adulados por um público enganado» (Bourdieu. 1989: 279). Este dever recai sobre os membros dos júris de prémios literários, por exemplo. Porém, chamamos novamente a atenção para a questão que norteia todo este trabalho, uma vez que antes de os membros de um júri (com exceção para os júris de prémios de obras inéditas) terem a oportunidade de *velar pelo movimento das letras e das artes*, alguém teve a mesma missão e a mesma responsabilidade, ou seja, os editores.

Outro fator que terá de ser integrado nesta reflexão é que, com mais ou menos equidade, tanto estes mediadores como os futuros recetores, sejam eles a academia ou o público em geral, são, recorrendo a Pierre Bourdieu, *um produto da história*:

Quando as coisas e os cérebros (ou as consciências) são concordantes, quer dizer, quando o olhar é produto do campo a que ele se refere, este, com todos os produtos que propõe, aparece-lhe de imediato dotado de sentido e de valor. (Bourdieu. 1989: 284-285).

Assim se poderá comprovar que o gosto (o olhar que é produto do campo) será tanto mais recetivo ao novo – isto é, ao carácter de desfamiliarização – quanto mais o seu gosto para tal tiver sido educado. Assim, o «campo artístico, pelo seu próprio funcionamento, cria a atitude estética sem a qual o campo não poderia funcionar» (Bourdieu. 1989: 286).

Pierre Bourdieu continua a colocar perguntas difíceis: «O que é que faz com que uma obra de arte seja uma obra de arte e não uma coisa do mundo ou um simples utensílio? O que é que faz de um artista um artista, em oposição a um artífice ou um pintor de domingo?» (Bourdieu. 1989: 287) Vejamos a resposta de Bourdieu: «Trata-se, sobretudo, das condições sociais que possibilitaram a personagem do artista como produtor desse feitiço que é a obra de arte.» (Bourdieu. 1989: 289) Principalmente devido às instâncias de consagração que são simultaneamente as «instâncias de reprodução dos produtores e dos consumidores» (Bourdieu. 1989: 289). As mesmas instâncias que «se opõem em lutas nas quais está em jogo a imposição de uma visão do mundo» (Bourdieu. 1989: 291).

É assim que Pierre Bourdieu nos auxilia a pensar na questão do valor estético na atualidade, alertando-nos para o facto de estarmos num momento que nada tem a ver com o da sociedade aristocrática do século XVIII. Atualmente, os autores e, conseqüentemente, as suas obras e as editoras que os publicam, inserem-se num sistema subordinado ao mercado, seja direta ou indiretamente. Diretamente por causa das vendas, por exemplo, indiretamente, à conta, entre outros, da receção por parte de jornalistas, críticos ou júris de prémios. Este tipo de condicionantes não opera isoladamente, isto é, um autor não tem de contar apenas com estas duas medições nem elas atuam de forma inequívoca.

Na verdade, estas duas formas de avaliação interagem com a vida e a obra de um autor segundo um intrincado sistema de razões. Estas razões incluem as circunstâncias mais básicas, como a grande dificuldade que os autores têm para dedicar o tempo imprescindível à concretização de uma obra, pois raramente conseguem subsistir do seu trabalho. Mas incluem também as tendências da moda ou pressões mais ou menos éticas e subtis, que impõem géneros, temáticas e estilos que deverão estar presentes nas obras para que as mesmas sejam aceites e alcancem o almejado valor simbólico que se materializará em dividendos tanto para o autor como para a sua editora.

Todos quantos *marcaram uma época*, ou os atores culturais que com eles trabalham (sejam eles oriundos do sistema público ou empresarial), procuram preservar as tendências de moda e de valores que lhe possibilitaram a conquista de uma valorização simbólica com o objetivo de manterem o seu valor estético em alta. Àqueles que não podem marcar época sem expulsar para o passado aqueles que têm interesse em cristalizarem o tempo, resta-lhes adotar parâmetros artísticos e de estilo que entrem em rutura com o que está instituído. Só assim poderão criar uma nova posição para além das posições estabelecidas. Será esta posição a permitir-lhes o reconhecimento crítico e, conseqüentemente, a valorização simbólica que os impulsionará a controlar o campo artístico em que se movimentam.

Só depois deste primeiro processo virão o domínio sobre o mercado e os respetivos dividendos, mas estes são conquistados através da venda das obras desta nova geração de autores, e este segundo processo demora ainda mais do que o primeiro, pois implica que as obras e as suas características de conteúdo e expressão «se banalizam através de um processo mais ou menos longo de familiarização associado ou não a um aprendizado específico» (Bourdieu. 2010: 184).

É como se todo o campo rodasse sobre si próprio, num movimento contínuo em forma de espiral. O retorno de uma tendência estilística implica menos a repetição de uma expressão-conteúdo e mais uma sistemática revisão do passado que raramente é feita pela geração imediatamente posterior. A relação entre o presente e o passado não se dá, em geral, amistosamente entre gerações subseqüentes, pois é essencial que os mais novos do presente se demarcarem dos mais velhos que ainda partilham o mesmo tempo-espaço.

O obrigatório olhar do presente sobre o passado vai, portanto, repousar em gerações mais antigas, nas quais os novos possam buscar inspiração e filiação, com a certeza de que esses mais-velhos são adjuvantes para alcançar a imprescindível legitimidade. A título de exemplo, recordemos a inspiração modernista oriunda de paragens exóticas (como no caso da pintura de Gauguin) ou a aproximação dos artistas de vanguarda às artes tradicionais africanas (como no caso de Picasso). Podemos ainda pensar na utilização que Fernando Lopes-Graça ou Bella Bartók fizeram das respetivas tradições musicais dos seus países. Poderemos ir igualmente para o campo da moda e reparar nos ciclos das tendências de vestuário que, em intervalos quase infalíveis, nos propõem tendências com vinte ou trinta anos. A história da arte está repleta de exemplos que ilustram este vaivém de características de expressão e de conteúdo.

Muito embora concordando com as diferenças de gosto correspondentes a diferentes posições nos campos da produção e receção artísticas, pensamos que a correspondência não é tão linear como a interpretação que fizemos do pensamento de Pierre Bourdieu. Este sistema é funcional do ponto de vista de uma primeira caracterização de grupos de produção e de receção, mas, tanto na produção como na receção, podemos encontrar diferentes correlações.

Com efeito, elementos provenientes de diferentes posições do hierarquizado campo de produção podem ser positivamente rececionados por posições inesperadas do lado da receção, sendo igualmente válido o sentido contrário deste sistema. Tomemos como exemplo certas peças de Beethoven, Mozart ou Chopin, claramente colocadas em lugares cimeiros na cadeia de valor do lado da produção, mas que são tão frequentemente bem acolhidas por ouvintes com pouca ou nenhuma formação musical. Do ponto de vista oposto, temos igualmente recetores caracterizados como eruditos que reagem muito positivamente a expressões artísticas ditas populares, como é o caso do jazz. Temos ainda os casos de expressões artísticas ou obras que conseguem ter origem e destino, simultaneamente, numa mistura de posições mais e menos elevadas, tanto no

campo da produção como no da recepção. Neste caso, pensamos que o exemplo da obra de José Saramago é paradigmático, pois tanto na criação como na recepção, a sua obra atravessa diferentes posições hierárquicas.

Após um exercício prolongado de cruzamentos, alternâncias, ascensões e quedas entre posições de diferentes campos, o que surge é uma complexa teia que pode partir de pressupostos diversos, sendo que cada um desses diferentes pressupostos implica um resultado diferente. Seja qual for o ponto de partida, o certo é que obteremos frequentemente relações entre a criação e a recepção que ultrapassam as pretensamente bem delimitadas posições hierárquicas em cada um dos campos. Será desta forma que obras inicialmente oriundas de uma posição/campo erudito passam a ser consumidas por uma posição/campo hierarquicamente inferior ou o contrário.

Defendemos que a formação deve ser uma constante, tanto no campo da produção como no campo da recepção artísticas, mas, muitas vezes, basta a simples exposição, a simples fruição. A única coisa que não é possível é apreciar, positiva ou negativamente, aquilo que não se conhece.

Exatamente porque o sistema não decorre por meio de círculos perfeitos, permitindo somente a alternância entre épocas e respectivas características, a dinâmica em espiral cruza a vontade de uma geração nova entrar em rutura com a sua antecessora e incursões a partir de diferentes posições do sistema. Deste modo, não só a geração nova marca a diferença perante a sua antecessora viva, ativa e ainda no poder, mostrando conhecimento (erudição) relativamente a gerações antigas mais distantes, mas também inclui nessa equação elementos oriundos de outras posições. Estas últimas tanto podem ser provenientes de posições tradicionalmente inferiores, hierarquicamente falando, como sê-lo de outros sistemas culturais.

Assim se poderá explicar o historial de cruzamentos cada vez maiores, em extensão e profundidade, até ao atual estado da arte globalizante e globalizada, sem que a explicação advenha apenas da influência massificadora das novas tecnologias da informação. No presente momento civilizacional é cada vez mais difícil manter um sistema de campos segundo princípios hierárquicos. Não só porque, potencialmente, todos influenciam todos mas também porque cada um passa a poder conjugar essas características com um terceiro elemento, o glocal. Este elemento permite filtrar todas as influências recebidas e produzir um produto exclusivo que remete em simultâneo para o que é global e o que é local. Enquanto tal, pode ser produzido e reconhecido, sem os limites das fronteiras de quem produz e de quem recebe.

5.3. O espaço-tempo na criação, mediação e recepção artísticas

Vivemos um tempo-espaço propício à germinação de novas ideias estéticas e novos atores (sejam eles artistas, mediadores ou recetores), minorias que se veem impelidas a edificar um tempo-espaço que não seja controlado pelos «dominantes (temporalmente) que, aqui como alhures, não têm nada a criticar a uma ordem que os consagra, nem dos dominados *tout court*» (Bourdieu. 2010: 131). Poderá não se concretizar numa revolução artístico-cultural como a que presenciámos nas primeiras décadas do século XX, mas há certamente o espaço necessário à explosão da diferença e do novo. A arte, enquanto sistema, é sempre representação do mundo e o mundo global e glocal atual está longe de poder ser representado apenas pelas produções *mainstream* que pululam nas nossas televisões, rádios, livrarias, galerias, salas de espetáculo...

Há, no entanto, a reconhecer que o tempo entre o momento da criação e o da consagração é sempre longo, mesmo que o tempo-espaço em que surge a obra seja propício a obras de arte novas com elevado potencial capital simbólico. Apenas um período de tempo longo, entre o tempo da criação e o tempo da consagração, é garante, pelo menos em teoria, de que o que sobrevive incólume à passagem de vários tempos-espaços são as obras capazes de se inscrever não só o seu contemporâneo tempo-espaço mas também em tempos-espaços posteriores.

Partindo do princípio de que este é o cenário desejável, além de ser o real, dois aspetos que dele obrigatoriamente emanam são sistematicamente esquecidos. O primeiro é que as obras de arte, que são simultaneamente novas e potencialmente consagráveis, só surgem num tempo-espaço que o permite. Quer isto dizer que qualquer criador foi antes um recetor e que só um ambiente exigente do ponto de vista de recepção pode permitir a gestação de criadores com as capacidades necessárias para criar algo que se acrescente ao presente e que seja passível de ser reconhecido no futuro. «*Marcar época* é, inseparavelmente, fazer existir uma nova posição para além das posições estabelecidas, na *dianteira* dessas posições, na *vanguarda*, e, introduzindo a diferença, produzir o tempo» (Bourdieu. 2010: 181). O segundo é que tem de existir a figura capaz de reconhecer esse potencial, e essa figura é alguém que está adequadamente posicionado no campo. Também este alguém, o mediador, começou por ser um recetor, pelo que «instâncias como as academias ou o corpo de conservadores de museu devem combinar a tradição e a inovação moderada na medida em que a sua jurisprudência cultural exerce-se sobre contemporâneos» (Bourdieu. 2010: 169). À instituição escolar

fica reservado o último passo, pois esta instituição concede a consagração, quase sempre «*post mortem*, e depois de longo processo» (Bourdieu. 2010: 169).

Por conseguinte, o tempo-espaço de um dado campo artístico relaciona «o exercício da actividade literária às suas condições sociais e aos tipos de constrações estruturais que pesam sobre ela» (Sapiro. 2004: 93). Quanto mais o campo artístico está determinado pelo poder do dinheiro, mais as obras se afastam da sua génese artística, que é sempre experimental e inovadora. Em resposta, os autores que não se reveem neste formato procuram uma

noção de responsabilidade, opondo [...] a liberdade de consciência do intelectual independente e os valores propriamente intelectuais, como a verdade e a liberdade de expressão [...]. O engajamento político dos escritores permite-lhes assumir sua «responsabilidade» e seu «papel social» sem subordinar sua arte ao serviço de uma causa (Sapiro. 2004: 97).

Isto é verdade para as Vanguardas do início do século XX – a referência de Gisèle Sapiro – e é verdade para qualquer outra época, em maior ou menor grau. Retomando as grandes alterações ocorridas na segunda metade do século XIX, Gisèle Sapiro justifica que «a necessidade de intermediários – desde representantes de editoras até leitores, críticos e professores – surgiu como uma exigência inerente a um mercado em superprodução permanente» (Sapiro. 2004: 100). E é neste ambiente que o campo artístico, principalmente o literário, ganha os contornos que, de um modo geral, tem ainda hoje.

O mercado expande-se e alarga as suas fronteiras para englobar um cada vez maior número de leitores, e estes leitores já não pertencem a uma elite intelectual, letrada, o que impele o mercado para uma lógica de rentabilidade a curto prazo, apostando nas vendas rápidas e nos sucessos efémeros. Esta profissionalização do mundo livreiro afasta, ou pelo menos secundariza, as figuras dos autores que escrevem por amor à arte e dos editores que ainda publicam pelo mesmo motivo, conscientes de que o seu trabalho é um investimento a longo prazo. Um investimento que poderá hipoteticamente colher frutos com algumas obras que, com o reconhecimento da crítica e alguma sorte, podem tornar-se *clássicos* por via escolar.

Mas a profissionalização do setor conduz «a uma maior dependência ante as imposições editoriais e os novos procedimentos de marketing» (Sapiro. 2004: 101), pois

até mesmo uma obra de qualidade, para ter existência social, precisa de ser conhecida e, para isso, tem de ser comunicada. É sempre uma forma de arrogância intelectual considerar que uma obra de qualidade está fadada a ser conhecida e reconhecida. Se não bastasse o exemplo da arca de inéditos de Fernando Pessoa, pensemos por instantes em todas os escritores que viram as suas obras serem recusadas por um número elevado de editores (José Saramago é um desses exemplos). Imaginemos ainda a quantidade de obras e seus respectivos autores que nunca foram, ou serão, tornados públicos, seja porque não tentaram a sua publicação seja porque a mesma foi sempre recusada.

Nenhum editor, crítico ou outro mediador poderá afirmar que é capaz de acompanhar infalivelmente o seu tempo-espaço artístico. O tempo-espaço artístico está em crise permanente, em constante mutação e evolução, sendo por isso difícil de acompanhar. A arte transforma o tempo de perseguidor em perseguido. O passado e o futuro são contemporâneos e são presente, porque contemporâneo é tudo o que conflui em cada presente. A arte dirige-se principalmente ao passado, ou existe em função do passado, porque, quer conscientemente quer não, a arte continua o legado deixado pelos seus antepassados, seja pela forma de rutura ou de continuidade.

O tempo é, portanto, segregado pela obra de arte, porque todas as obras de arte partem de outras obras, num perpétuo acontecimento de reflexão. O carácter obviamente destrutivo e construtivo do tempo coloca e recoloca os objetos, as paixões, as realizações. A rememoração, a conexão, a relação estabelecida entre o novo e o velho, a articulação entre o conhecido e o desconhecido são os processos como o presente busca o passado, para o compreender, para lhe dar um novo significado, para aprender. Mas a memória não é linear (nem o pensamento), viaja livremente, carregando consigo apenas o que lhe tem serventia e/ou o que lhe dá prazer.

O mesmo se passa com a memória do artista, do mediador e do recetor. Todos olham para as obras do presente com esse conjunto não-linear de memórias que funcionam como gramáticas de construção de entendimentos sobre o real. A aprendizagem apenas baseada na repetição, treino e memorização tem pouca utilidade e rapidamente desaparece. O conhecimento é alcançado através de experiências pessoais, de histórias de vida, e serão essas os padrões que permitem organizar a experiência e o conhecimento num tempo e num espaço delimitados. O horizonte, o destino, o futuro, são uma fronteira que se move incessantemente e a única hipótese que temos de apreender é acreditar que o universal se alcança a partir do local, a partir do ponto de

vista de cada um de nós. Para isso, sejamos capazes de alargar permanentemente os nossos limites e horizontes.

Todos os recetores reagem a uma obra de arte, mesmo que o façam a um nível meramente impressivo e imediato, mesmo que seja somente uma *reação de pele*. Idealmente esta *gramática das emoções* deverá ser conjugada com alguma dose de razão, algo como uma *gramática racional*, o que implica a necessidade de os recetores serem portadores de uma *literacia cultural* que lhes permita conhecer o código de acesso às obras. Esta literacia cultural implica, pelo menos, adquirir a disponibilidade para respeitar aquilo de que, à partida, não se gosta ou não se compreende. O gosto resulta sempre numa atribuição de valor, seja este valor política, sociológica ou ideologicamente produzido.

No dizer de Umberto Eco, «toda a problemática da morte da arte e da constituição de uma ideia dialéctica de artisticidade nasce de uma correcta "interpretação" das poéticas contemporâneas» (Eco. 1986:133). Quer se compreenda uma obra de arte através de uma gramática racional quer se a apreenda através de uma gramática das emoções, uma obra de arte só o é quando nos permite (re)conhecer em nós algo que não alcançaríamos sem ela. Se a receção da obra de arte pode, e deve, ter este efeito sobre o recetor, tem-no também sobre o criador. A sua obra – pelo menos a partir do momento em que se torna pública, mas não raras vezes durante o próprio processo de criação e edição –, está também já num lugar outro que se revela no entendimento que obtém nesse lugar outro. *Magoa-se*, assim, frequentemente o criador com o que os outros veem ou não veem nas suas obras. *Maravilha-se* também não raras vezes e pelas mesmas razões.

Tudo num livro é visível e palpável. Numa primeira abordagem, temos o peso, a textura, as cores, etc. Numa segunda abordagem, ganham relevo os primeiros pormenores internos que seduzem o potencial leitor num primeiro folhear do livro, com imagens, páginas em branco, uma paginação particular, etc. É de evitar abordar um livro «descurando-se a sua estrutura e textura enquanto linguagem, esquecendo que tais factores a moldam e veiculam, determinando a repercussão sobre o recetor» (Fernandes. 2009: 3). O que nestas palavras de Isabel Fernandes é válido para o leitor é-o também para o escritor e para o editor.

O livro digital pode ser um fator adjuvante neste processo de valorização do livro em papel enquanto objeto, uma vez que o liberta da sua redutora função de meio

hegemónico de transmissão de conteúdos. O livro impresso pode finalmente expandir-se e reinventar-se, tornando-se um suporte para conteúdos exclusivos e não o suporte exclusivo de conteúdos.

Walter Benjamin afirma que «o que separa o romance da narrativa (e da épica no sentido mais restrito) é o facto de este não poder, pela sua essência, prescindir do livro» (Benjamin. 1992: 32). Assim sendo, é provável que o surgimento de um novo suporte, como o livro digital, abra portas ao aparecimento de novos géneros literários. Tal como acontece em todas as épocas em que ocorrem mudanças revolucionárias, quase sempre intimamente relacionadas com novas tecnologias, o surgimento do livro digital e a correspondente libertação do livro em papel vão ajudar a moldar novas formas de criar um e outro objeto e seu respetivo conteúdo. «Nem sempre, no passado, houve romances, nem sempre terá de haver» (Benjamin. 1992:141), mais difícil será deixar de existir literatura, mesmo que estejamos num momento em que, como ilustra Jean Baudrillard, «já nada quer propriamente ser olhado, mas apenas ser visualmente absorvido» (Baudrillard. 1995: 28). O livro em papel poderá, no futuro, ter novos usos e desusos, como exemplifica a seguinte citação retirada de um texto do final do século XIX, intitulado *O Fim dos Livros*:

se por livros pretendem referir-se aos nossos inumeráveis cadernos de papel impresso, dobrado, cosido, brochado sob uma capa anunciando o título da obra, confessar-vos-ei francamente que não acredito – e que os progressos da electricidade e da mecânica moderna me proíbem de acreditar – que a invenção de Gutenberg possa não cair, mais ou menos proximamente, em desuso como intérprete das nossas produções intelectuais. (Uzane. 2010: 29)

6. A ARTE COMO EXPERIÊNCIA *VERSUS* CAPITALISMO CULTURAL

Em *A Arte como Experiência*, John Dewey não afasta o criador da sociedade em que está inserido, e afirma mesmo que o artista pensa o que o envolve de uma maneira tão atenta quanto o cientista ou o filósofo, sendo a reflexão artística uma das «modalidades mais exigentes do pensamento» (Dewey. 2010: 124).

Seja do ponto de vista da criação ou da recepção, a relação entre a arte e a sociedade é espacial, porque reflete o ambiente em que criador e recetor se movem, e temporal, pois a obra de arte permite fazer um resumo de todo o seu passado. Este resumo do passado, que é também reflexo do presente, é de tal forma claro, que a obra de arte é capaz de «converter materiais que gaguejem ou emudeçam na experiência comum de veículos eloquentes» (Dewey. 2010: 403).

A experiência artística, tanto do lado da criação como do lado da recepção, é um conjunto de significados que só existe na relação direta com as qualidades da obra de arte, pois ela é «o relato e a celebração da fusão completa entre aquilo por que passamos e o que nossa actividade de percepção atenta introduz no que recebemos através dos sentidos» (Dewey. 2010: 210). Assim, a experiência artística é um auxiliar poderoso no processo de aprender a ver e a ouvir o mundo, e é por ela e através dela que «somos levados para além de nós mesmos» (Dewey. 2010: 351).

Este envolvimento cultural e emocional abre um caminho excessivo à tão mencionada subjetividade, mas, embora seja verdade que toda a obra de arte suscita divergências, é igualmente verdade que a qualidade da recepção artística está intimamente ligada a um recetor portador de uma formação de base que lhe permita aceder às sempre exclusivas gramáticas que revestem a linguagem de uma dada obra. Esta formação de base revela-se quando o recetor é capaz, a um tempo, de apreciar obras de épocas mais distantes mas também obras contemporâneas.

Sabemos que a arte se revela de mais difícil apreensão sempre que se afasta da representação figurativa direta, da harmonia que, de uma forma ou de outra, tendemos a associar ao real que nos rodeia. No entanto, a arte é também o que nos permite introduzir novas formas de olhar o real, novas formas de o entendermos e de nos entendermos enquanto parte integrante dele. Assim, não obstante o conforto que todos

sentimos quando colocados perante uma situação facilmente explicável, o mundo está pleno de situações que não são explicáveis a um primeiro olhar. São situações para as quais não temos ainda nem o léxico nem a sintaxe suficientes, nem para as descrevermos nem para com elas dialogarmos. É neste ponto que a arte se mostra transmissora de importantes ensinamentos, principalmente quando uma obra de arte nos obriga a encontrar formas diferentes de reconhecer o mundo e de nele nos posicionarmos. Seja porque nos leva a compreender o passado, através das gramáticas artísticas utilizadas, seja porque nos força a encarar o presente e o futuro com os olhos novos necessários para a sua compreensão.

Difícilmente seremos suficientemente flexíveis perante os permanentes imprevistos que nos são colocados pela vida se não entendermos que cada um deles obriga a uma forma diferente, nova, de a ele acedermos. Se a arte não detivesse, intrinsecamente, a grande qualidade de ser *inútil*, teria esta grande utilidade: a de nos educar para as diferentes formas de sermos humanos, seja culturalmente, seja historicamente, seja geograficamente. Mesmo sendo inútil e passível de mera fruição, tem ainda a qualidade única de nos tornar pessoas melhores, mais conhecedoras, mais dialogantes. Temos apenas de nos disponibilizar para a compreender, à arte, mas também ao outro e ao mundo, a nós próprios, portanto.

O estudo de Françoise Benhamou, *Statut et financement du secteur culturel*, trata da equação *qualidade das obras disponíveis no mercado vs. formação de públicos*. No caso do meio editorial português, o primeiro termo da equação depende quase exclusivamente do setor privado, pois os livros de teor académico ou regional, patrocinados por entidades públicas, nacionais ou locais, raramente chegam ao mercado. O mesmo já não podemos dizer do segundo termo, uma vez que à formação de públicos responde quase exclusivamente o setor público, principalmente nos escalões etários mais jovens, através da escola.

No entanto, o trabalho de formação de públicos está forçosamente relacionado com as obras disponíveis, uma vez que as listas de obras selecionadas – a sua esmagadora maioria da responsabilidade do Plano Nacional de Leitura – só podem sair das obras publicadas, o que estabelece uma relação direta entre o setor público e o setor privado. Este último, no entanto, raramente equaciona esta relação e a questão da formação de públicos, a não ser porque considera um argumento para a publicação ou não o facto de uma determinada obra ter ou não hipótese de vir a integrar estas listas.

Esta realidade poderia ser uma razão de peso para a publicação de um número mais elevado deste tipo de obras não fosse o facto de que mesmo a sua inclusão nestas listas não é garante de um número mínimo de vendas. Isto porque as obras que realmente vendem são as que saem destas listas para passarem a ser *obras de leitura obrigatória* em contexto de aula, o que afunila muitíssimo o número de títulos que realmente saem favorecidos por estarem incluídos nestas listas. Desta forma, a preocupação com a formação de públicos, por parte do setor privado, não deixa de descender do argumento do lucro, enquanto o setor público nele opera conscientemente.

Podemos sempre considerar que o funcionamento e os objetivos destas esferas da sociedade estão corretos porque o setor público faz o que tem a fazer, e ao setor privado não lhe é exigido que se preocupe com questões sociológicas. Não pensamos desta forma e entendemos que as obrigações do setor privado vão sempre além do lucro, do pagamento de impostos e da geração de emprego.

O setor editorial, no caso, o português, beneficia mesmo de um valor de IVA mínimo (6%), que é uma forma de apoio direto do Estado, e do facto de dele depender uma fatia considerável do funcionamento do Ministério da Cultura e do Ministério da Educação. No primeiro caso, porque são os livros das empresas privadas que alimentam as bibliotecas públicas, no segundo porque é do setor do livro privado que saem os essenciais manuais escolares e paraescolares e os livros incluídos nas bibliografias obrigatórias e das bibliotecas escolares. Estamos, portanto, muito longe de uma verdadeira independência financeira do setor privado perante o público, o que não tem nenhum problema desde que ambos o saibam e se comportem à altura do que lhes é exigido e exigível. No caso em análise no presente estudo, o que é exigível ao setor público é que assuma a formação de públicos para a diversidade, a história e a inovação que caracteriza necessariamente o mundo da arte, em geral, e da literatura, em particular. Ao setor privado, no caso, o editorial, é exigível somente o mesmo. A sociedade, no seu conjunto, tem de apoiar financeiramente os seus artistas, sob pena de estes não terem as condições mínimas para trabalhar.

Sem artistas não há arte e sem arte não há públicos, formados ou não, para a receberem. Conforme afirma Françoise Benhamou: «Seuls des citoyens plus avisés et mieux informés sont alors à même de peser sur les décideurs publics afin que, par le biais de l'impôt, ils se substituent au citoyen défaillant, et qu'ils contribuent au financement de la production de biens et de services culturels.» (Benhamou. 1997: 398)

O mundo contemporâneo está a adotar um *novo paradigma de desenvolvimento* ligando a economia e a cultura, cujos elementos centrais são a criatividade, o conhecimento e o acesso à informação. Estes elementos são cada vez mais reconhecidos como motores do crescimento económico e do desenvolvimento no mundo globalizado. A criatividade diz respeito a novas ideias e à aplicação dessas ideias para os meios mais ou menos tradicionais da indústria, sendo que criatividade e criação artística estão intimamente ligadas e não raras vezes estão presentes nas mesmas pessoas. Os artistas são sempre criativos, mesmo que a sua criatividade não aparente ser útil, e os criativos nem sempre são artistas, muito embora sejam as pessoas com melhores condições para trabalharem com artistas. De qualquer das formas, criatividade, criação, criativos e criadores estão naturalmente ligados na produção de obras de arte originais, que são, em contexto económico, produtos culturais, ou na criação e desenvolvimento de funcionalidades, que resultam em produtos criativos ou participam em invenções científicas e/ou em inovações tecnológicas.

Vivemos num mundo em que as matérias-primas mais importantes já não são o carvão e o aço, mas sim a criatividade resultante da imaginação humana. Num momento em que tanto se fala de uma economia ecologicamente sustentável, será positivo recordar que a inteligência humana, feita de conhecimento, informação e criatividade, sempre foi e sempre será a nossa principal matéria-prima e uma energia totalmente renovável e inesgotável. Assim sejamos capazes de a fomentar, educar e aproveitar.

Neste contexto, há que considerar a necessidade de novas modalidades de ensino, mais adequadas à crescente importância da criatividade na economia e na sociedade globais. Parece ser cada vez mais claro que as tecnologias de informação e comunicação estão a reestruturar os meios de produção e que a criatividade é um componente estrutural das tecnologias de informação e comunicação, sempre novas e sempre inovadoras. A Internet serve como plataforma de *inteligência coletiva* e deve ser vista como o elemento-chave para o sistema de ensino. Mas este tipo de economia será pobre e tão repetitivo como a economia saída da Revolução Industrial se não considerar uma aproximação real à arte e à ciência, pois são elas o grande motor para gerar o capital humano necessário, sendo a criatividade e a inovação (apenas) um subproduto desse capital humano gerado num ambiente verdadeiramente artístico e científico. Este capital humano exige um forte investimento e esse investimento deve ser canalizado para a educação, considerando todos os níveis de ensino, mas dando especial relevo às universidades.

Esta responsabilidade do Estado não pode ser desviada para os setores privados da sociedade:

In 2005 the conclusion of the UNESCO Convention on the Protection and the Promotion of the Diversity of Cultural Expressions was another step in this direction of establishing a consensus on the following key points: The double nature (cultural and economic) of cultural goods and services; the right of a State to develop and implement policies in the cultural sector; The need to encourage international cooperation, notably through a system of preferential treatments. (*The Economy of Culture in Europe*. 2006: 204)

Pois, nesta *nova revolução industrial*, quanto mais debilitada sair a cultura:

mais pobres ficam os povos e o seu património intelectual, menos emprego haverá para os jovens que acreditam no seu potencial criativo e mais abertas estarão as portas para a colonização cultural de países com muita história e memória a defender. (Letria. 2014: 9)

Este esforço é coletivo mas tem de ter em consideração cada indivíduo, porque a criatividade pode resultar de um grupo, mas isso só acontece se cada elemento desse grupo for individualmente bom: «cada indivíduo porta em si competências e disposições a pensar, sentir e agir, que são os produtos de suas experiências socializadoras múltiplas» (Lahire. 2013: 20). Das suas *experiências socializadoras múltiplas* resulta o tecido social que constitui cada indivíduo e que é por ele constituído.

Temos, assim, que as posições adotadas pelas várias classes de decisores, sejam estes públicos ou privados, têm *grandes e indiscutíveis repercussões sociais*, pelo que a sua responsabilidade deverá ser também grande e indiscutível. Os editores fazem parte desta elite do poder. Não constituem a elite da consagração, reservada aos académicos, aos críticos e à escola, mas constituem uma elite, com um papel de particular importância, na construção de valor, que é a pedra-de-toque de todo o campo artístico e cultural. É por via da mediação cultural que «os mundos imaginados por obras e percursos criativos encontram legitimidade e direito à existência nos espaços artísticos» (Conde. 2014: 7).

Embora o trabalho de Idalina Conde tenha um enfoque privilegiado no mundo das artes visuais, é uma reflexão de particular pertinência para o nosso estudo. Em primeiro lugar, porque entende o trabalho de mediação enquanto «relação umbilical [...] com a produção do valor simbólico» (Conde. 2014: 8). Em segundo lugar, porque reflete os «modos diferenciados de entender a singularidade e relevância» (Conde. 2014: 9).

Em *Reconhecimento, Mediações e Elite. Incursões na arte contemporânea* (Conde. 2014), a *identidade artística*, ou singularidade, é tratada como sendo uma característica acerrimamente defendida pelos artistas recém-chegados. Enquanto isso, o mercado e as suas instituições hierarquicamente mais poderosas procuram manter o seu *status quo* e defendem que o trabalho novo, mesmo que portador de singularidade, não será mais do que «uma espécie de novo entre aspas, na medida em que esse “novo” é a tradução, é a junção, ou a mescla de duas coisas que já existem» (Conde. 2014: 11). A *singularidade*, que todos os artistas têm e que todos os mediadores-descobridores procuram, encontra-se:

A montante, *valor a produzir*, autoral, com as intenções, gramáticas e expectativas que os criadores investem nessas obras. A jusante, *valor produzido* pela sua circulação, recepção, legitimação e cotação, de simbólica a material, para as obras como para as reputações e carreiras dos autores. (Conde. 2014: 15)

A noção de singularidade é uma característica fundamental de uma arte nova, a ambição maior de um artista novo e aquilo que um mediador, no caso, recordemo-lo, um descobridor, terá de percecionar num primeiro contacto com a obra. Para mais, não será excessivo destacar, este *primeiro contacto* é definitivo, dado que dificilmente um mediador-descobridor terá oportunidade para rever a sua decisão uma vez tomada. Se aceita a obra e o artista, o mais natural é investir tempo e dinheiro, com a convicção de que esse investimento terá o retorno sob a forma de *reconhecimento da crítica*, numa primeira fase, e do *público*, numa segunda fase, o que terá como resultado a atribuição de um *valor de mercado*. Esse valor de mercado determinará o valor a atribuir às futuras obras de um autor, quer seja uma maior e mais prestigiada sala de espetáculos, no caso das artes performativas, uma galeria mais bem reputada, no caso das artes plásticas, ou uma maior percentagem de direitos de autor e uma maior tiragem, no caso de uma obra literária ou musical.

A singularidade de uma obra ou de um artista traz sempre acoplado um conjunto de transgressões estéticas que, uma vez socialmente reconhecido como válido, promove, por ser de arte que falamos, um quadro novo de representações possíveis do mundo. Por sua vez, este novo quadro convoca um novo conjunto de questões que, uma vez respondidas, provocam uma irreversível alteração na própria auto-imagem do mundo, no próprio espelho onde o Homem se vê refletido.

De que instrumentos de análise, pode, então, valer-se um mediador-descobridor? Dos seus conhecimentos técnicos, naturalmente, mas também da forma como escolhe posicionar-se no meio. Não é apenas o artista a procurar a singularidade associada a uma identidade, também o mediador-descobridor a procura, pois, tal como para o artista, também para o mediador, a reputação e o reconhecimento da sua *expertise* são determinantes para o seu próprio valor no mercado e, conseqüentemente, para o valor dos artistas e respetivas obras que consigo trabalham.

No entanto, nunca será de mais realçar que, por muito determinante que seja o trabalho do mediador nos meandros dos jogos de poder do mundo da arte e da cultura, mais importante será sempre o trabalho do artista, o primeiro elo da cadeia de produção de uma obra, origem e concretização das ideias, «sem as quais nem haveria jogo» (Conde. 2014: 24).

A problemática do poder, ou melhor, dos poderes apresenta-se, pois, em interdependência estratégica, incluindo os poderes de inter/mediações e a parte em jogo do mais simbólico dos artistas com a sua natureza relacional e pragmática; contingente, construída, arbitrável. (Conde. 2014: 25)

Embora este jogo de dependências entre artistas e mediadores se mantenha ativo e fulcral na criação, reconhecimento e valorização de uma obra, a verdade é que o papel desempenhado por cada um dos atores se alterou. Até finais do século XIX, era o artista que dependia do apoio que conseguisse reunir junto de um mediador, fosse ele um patrono, um mecenas ou uma instituição, como os salões literários, por exemplo. Hoje poderemos defender a ideia de que é mais difícil a um mediador encontrar o grupo de artistas com quem deseja trabalhar, do que o contrário. Porque os artistas constituem, pela simples razão da sua existência ligada a um dado mediador, a linha editorial deste último.

A consistência das escolhas feita por um dado mediador define a sua capacidade técnica e representa os valores estéticos ou ideológicos que esse mediador procura transmitir à sociedade em que está inserido. Mais do que a reputação ou o reconhecimento que um grupo de artistas pode permitir obter, a verdade é que é o seu conjunto e o conjunto da sua obra que são capazes de defender os objetivos estéticos e ideológicos defendidos por um mediador.

Há mediadores que se consideram *meros quadros intelectuais especializados*, assalariados ou por conta própria, cujo único objetivo é construir uma carreira profissional. E há os outros, os que escolheram esta profissão porque consideram que podem ter um papel ativo na construção de obras que transmitem, sempre e necessariamente, valores estéticos que veiculam, também sempre, valores ideológicos. Este segundo tipo de mediadores acredita que a sua função social é contribuir para a melhoria do nível de pensamento de uma sociedade, daí decorrendo, a construção de uma sociedade de homens mais livres, esclarecidos e ativos.

Pode parecer um objetivo demasiado romântico para uma época pós e hipermoderna como a atual, na qual o mercado comanda tudo e fá-lo do modo mais implacável de que há memória. Contudo, esse objetivo existe e é praticado diariamente por muitos profissionais, quer estes tenham mais ou menos consciência do facto. Os artistas também o fazem e, por muito que o seu trabalho seja individual e individualizado, o certo é que nenhuma obra se torna pública, isto é, transformada num édito, se não houver um trabalho de equipa que a traga dos íntimos espaços do artista para a sociedade que, necessariamente, reagirá ao seu trabalho.

Por mais abstrato que possa parecer o jogo do poder, ao fim ao cabo são as pessoas, enquanto artistas, mediadores ou recetores, que, nele situadas, o constituem. Estas pessoas carregam naturalmente para a *arena do jogo do poder* as suas personalidades e os valores que defendem e preocupam-se em saber se estão ou não no sítio certo, seja ele uma editora, um teatro, uma galeria. Procuram estar rodeadas das pessoas certas, sejam elas os mediadores, os técnicos, ou os recetores. Todos os intervenientes têm noção de que quem está ao seu lado, atrás ou à frente, faz parte da imagem que será recebida e que será ou não reconhecida e valorizada.

O poder de escolher é equivalente ao poder de estar disponível para ser escolhido, quer estejamos a tratar de redes de poder na produção de uma obra, quer estejamos a referirmo-nos às redes de poder inscritas na receção, uma vez que o

consentimento ou a submissão de uma parte «outorgam à outra a legitimidade ou autoridade para o exercer» (Conde. 2014: 30).

Esta constatação conduz-nos, no entanto, a um problema: como se processa esta realidade no atual ambiente cultural, que conjuga o quadro de relações agora descrito com meios tecnológicos que entraram irreversivelmente no sistema de mediações culturais e artísticas? Como adequar os métodos da criação e mediação convencionais com o surgimento de gigantes empresariais que descobriram na arte e na cultura um produto passível de gerar avultados lucros?

No primeiro caso, teremos de atender ao facto de que, por um lado, parece que a função de mediador é diluída na «*mixed media*, a que se anexam o hipertexto e a interactividade que alteraram formas de autoria e relações com a recepção» (Conde. 2014: 35). No segundo caso, as grandes empresas procuram manter o monopólio do controlo da mediação, mas fazem-no diluindo ou espartilhando, consoante a ideia comercial de base, as funções dos diversos profissionais envolvidos, atenuando ou sobrevalorizando os sentidos de pertença personalizada entre criador e mediador. Na atualidade, coexistem estes diferentes modos de conceção e concretização da obra de arte.

Parece-nos irrelevante para o presente momento desta reflexão mencionar os numerosos intervenientes da mediação que vão desde os financiadores ou decisores institucionais aos monitores de serviços educativos ou formadores similares. Ao invés, reforçamos a ideia de que a produção do conhecimento, reconhecimento e valor é essencial para os artistas e para os mercados culturais. Essa produção, esse produto, passa por toda esta rede de agentes, mais ou menos passivos, mais ou menos intervenientes, para que a obra chegue, finalmente, ao seu destinatário, um recetor sempre individual mas sempre, também e em simultâneo, coletivo e abstrato, do ponto de vista da produção.

Os processos de reconhecimento e valorização, estética e comercial, são, portanto, múltiplos e permeáveis, muitas vezes interdependentes. Isto é, uma obra de arte pode ter um percurso linear dentro de um sistema de canonização, digamos a academia-escola, por exemplo, o que significa que a sua entrada é tímida e discreta, subindo gradualmente na escala de valorização. Mas a arte também pode entrar, primeiro, num sistema de valorização de um movimento ou de um nicho cultural e transitar posteriormente para um outro sistema de valorização, o académico, por hipótese.

Em qualquer um dos casos, a questão-chave, quer seja da criação, quer seja da mediação e muito da recepção, é sempre a questão da literacia, isto é, das competências que cada ator detém para ler e reconhecer a *gramática estética* de uma obra de arte. Sejam um mediador-descobridor, um decisor – empresarial ou institucional –, um animador/mediador pedagógico ou mesmo um leitor/espectador/recetor, é imprescindível haver um forte investimento. Um investimento que é sempre pessoal, mas que deve ser também um investimento institucional e empresarial.

No que à arte diz exclusivamente respeito, há que construir um tipo de atenção que englobe o *público-alvo* e o *outro público* que se encontra fragilmente exposto à mediatização cultural. Ou seja, num mundo em que a arte circula pelos vários média sem a rede de uma mediação técnica, há que ter uma atenção redobrada com a formação estética, com vista a evitar uma perceção equívoca, indiferente ou a desatenta.

A recepção pode sempre cumprir todos os estádios de um vasto leque de hipóteses que vai da adesão à deceção, do deslumbramento ao repúdio, mas se os recetores estiverem munidos de instrumentos de compreensão, serão capazes de distinguir os saberes globais ou glocais a que estão expostos. Serão também capazes de estabelecer uma relação mais informada e reflexiva com a arte, além da relação imediatista emocional e/ou lúdica. Estes instrumentos de compreensão revelam-se na literacia estética, capaz de lidar com a complexidade dos códigos e das representações a que os recetores estão expostos. Ganham estes recetores, não só em termos da qualidade da fruição estética mas também em termos de informação qualificada, o que os levará a serem igualmente mais críticos e questionantes em relação às posições que escolhem ter e defender enquanto cidadãos.

Este contexto ideal deverá transformar-se em contexto real, por forma a capacitar os recetores, mas também os criadores e os mediadores, não só para sobreviverem mas também para influenciarem o ambiente de economia de mercado em que obrigatoriamente estão inscritos. Se a única filosofia inerente a esta economia é a capitalista, então sejamos capazes de criar uma economia em que o capitalismo seja realmente simbólico e realmente estético e realmente científico. Se todas estas formas de capitalismo existirem somente na sua tradução em forma de lucro monetário, então não estaremos perante uma nova forma de capitalismo, mas apenas perante uma nova gama de produtos. Se os produtos artísticos, estéticos e científicos constituírem apenas uma forma de os capitalistas tradicionais aumentarem a sua conta bancária, então não estaremos a fazer justiça à importância real que têm os produtores, mediadores e

recetores desses produtos. Estaremos apenas a ser uma coluna de Excel. Estaremos a aceitar inscrevermo-nos num falacioso e pernicioso sistema de pseudomeritocracia:

Com o triunfo do capitalismo artístico, os fenómenos estéticos já não regressarão aos pequenos mundos periféricos e marginais: integrados nos universos de produção, de comercialização e de comunicação dos bens materiais, constituem imensos mercados moldados por gigantes económicos internacionais. Acabou o mundo das grandes oposições redibitórias, arte contra indústria, cultura contra comércio, criação contra divertimento. (Lipovetsky e Serroy. 2014: 32)

No capitalismo artístico há apenas lugar para o *indivíduo transestético* que procura o que é fácil e imediato, aquilo a que Gilles Lipovetsky e Jean Serroy chamam um «bulímico de novidades» (2014: 36). Seja qual for a instância deste indivíduo – criação, mediação ou receção, ele pretende somente ver e ser visto, aproveitando as muitas possibilidades virtuais das atuais redes sociais para alcançar um *estiloso modo de vida*, que é, também ele, virtual. Segundo *O Capitalismo Estético na Era da Globalização* ((Lipovetsky e Serroy. 2014: 51-52), este tipo de capitalismo caracteriza-se por quatro lógicas principais.

A primeira promove a generalização de um determinado *estilo*, seduzindo os consumidores numa mesma direção comercial, à escala mundial. Nesta configuração, o trabalho criativo é frequentemente coletivo, mas com uma autonomia criativa limitada, pois não há nem tempo nem vontade para um investir num verdadeiro trabalho de criação artística. Estas equipas criativas limitam-se a produzir bens com um mínimo de inovação, apenas o suficiente para alimentar os objetivos comerciais de cada estação.

A segunda remete para a generalização da *dimensão empresarial* das indústrias culturais e criativas. A arte passa a ser regida pelas mesmas leis de mercado que direcionam indiscriminadamente qualquer produto, seja ou não um bem cultural, segundo os mesmos imperativos de concorrência e de rentabilidade.

A terceira lógica integra nos mesmos parâmetros comerciais tanto os produtos oriundos de *esferas marginais* como os oriundos do mainstream. Assim, ambos coexistem no mesmo espaço-tempo concorrencial, envolvendo igualmente grandes investimentos. Desta forma, os produtos oriundos da periferia perdem o seu cunho de irreverência e são forçados a respeitar as mesmas leis e a alcançar os mesmos objetivos.

Finalmente, a quarta lógica decorre de alguma forma da terceira e apresenta o capitalismo artístico como um sistema no qual são desestabilizadas as tradicionais hierarquias artísticas e culturais, dado que todas estas hierarquias passam a ser económicas e financeiras.

Interpretar este tipo de capitalismo depende de um *modelo de inteligibilidade* que, por sua vez, está dependente de cinco lógicas que regem todos os produtos culturais, da sua criação ao seu consumo, como se de meros produtos industriais se tratassem (Lipovetsky e Serroy. 2014: 54-65). O *estilo como novo imperativo económico* determina que nenhum objeto escape à intervenção do *design*; à *diversificação prolífica de produtos*, muito embora esta multiplicação e heterogeneização estéticas não escapem ao controlo de um mesmo mercado; à *intensificação do efémero*, com a moda a ganhar o estatuto de *paradigma*; à *explosão dos lugares da arte*, o que conduz a uma *dinâmica inflacionista do espaço*, na qual todos os lugares são lugares de exposição; e, finalmente, à *subida de preços*, pois a arte, ao passar a ser um mero investimento, terá de se tornar um *valor seguro*.

A arte sempre se relacionou com o mercado, mas o que marca o atual momento transestético é a dimensão exclusiva dessa relação, pois o mundo da arte, que «era uma esfera marginal e periférica tornou-se uma realidade de dimensão planetária que implica investimentos e interesses financeiros gigantescos» (Lipovetsky e Serroy. 2014: 106).

Esta realidade mercantilista promove, e premeia, os *bullshit jobs* (Graeber. 2013) que orbitam e rentabilizam da mesma forma e com as mesmas metodologias, tanto a esfera da arte como a do entretenimento, ao mesmo tempo que incrementa um conjunto cada vez maior de *profissões de mediação*, como críticos de arte, curadores, galeristas, arquitetos, fotógrafos, gráficos, designers, agentes artísticos, animadores, cenógrafos, produtores, estilistas, tradutores, professores de arte, etc.

Convirá esclarecer que, no nosso entendimento, que pensamos ser idêntico ao de David Graeber (2013), os *bullshit jobs* não se caracterizam tanto pelas profissões, mas pela atitude dos profissionais que desempenham os chefes não executivos *de qualquer coisa de qualquer maneira*. O mundo da arte passou a alimentar uma cadeia cada vez maior e mais pesada de profissões mais ou menos criativas, que, pela força que vão ganhando, se esquecem e fazem esquecer que na origem está um artista, um criador verdadeiro. Este desequilíbrio de forças permite que em vez de ser toda a cadeia a trabalhar para esse artista, é o artista a trabalhar para toda a cadeia. Esta perversa inversão revela-se em questões mais substanciais, tais como o género e o tamanho das

obras de arte – por exemplo, um romance em vez de uma coletânea de contos ou uma tela de 120 x 120 porque se for maior já não cabe por cima da lareira.

Ironicamente, não foram os artistas que conseguiram concretizar o sonho de introduzir *arte em tudo e para todos*, foi o próprio capitalismo que o fez, pois a permanente necessidade de fazer crescer os níveis de consumo descobriu no design uma forma de transformar a arte em moda, alimentando assim o sistema produtivo de massas. A atual fase capitalista funciona segundo duas lógicas, «a primeira é a das grandes marcas que difundem um design internacional sem traços particularistas; a segunda vê multiplicar-se um design à base de interação do global e do local» (Lipovetsky e Serroy. 2014: 275). Desta forma glocal, o capitalismo artístico torna uno o que é igual e o que é diferente, o que é particular e o que é universal. Todas as opções se tornam legítimas, desde que a pluralização e a subjetivação dos estilos obedeçam à lei do efémero e do descartável.

Não se pode dizer que o nosso tempo não alcançou a *democracia da criação*, uma vez que o mercado nos faz passar a ideia de que até o modo como nos vestimos é uma forma de expressão estética. Também não se pode dizer que não vivemos num tempo de *democratização da receção*, dado que todos temos acesso a um desmesurado número de capas de telemóvel, todas elas muito artísticas. Aliás, vivemos no tempo da «explosão democrática das aspirações, das paixões e dos comportamentos estéticos» (Lipovetsky e Serroy. 2014: 377). Somos todos *consumidores estéticos de massa*.

O problema é que a industrialização destes pseudoprodutos artísticos e deste pseudoconsumo artístico desvirtuou a essência da arte, dos seus criadores e dos seus recetores, pura e simplesmente porque é mais rentável ter *criadores e consumidores domesticados* pelas tão famosas necessidades do mercado. Sendo que quem apela ao argumento das *necessidades do mercado* são, por regra, os responsáveis por essas necessidades, que as criam nivelando por baixo. É muito mais rápido e mais barato produzir *reality shows*, porque não são precisos atores e porque se prescinde quase totalmente da encenação, e podemos sempre argumentar que os consumidores preferem este produto em detrimento das telenovelas. Só nos esquecemos é que fomos nós a criar este tipo de produto e a necessidade dele. Tudo no *capitalismo de consumo* contribui apenas para excluir o sentido das experiências estéticas.

A *cultura de massas* que sustenta este capitalismo cultural limita-se a vender divertimento e descontração, imprescindíveis a um homem doentamente insatisfeito. O capitalismo das indústrias culturais e criativas não se limita a construir *um tipo ideal de*

consumidor, de produtos e de consumo precisa também de destruir a concorrência, mesmo que a concorrência seja *meia-dúzia de perigosos agitadores*, um punhado de artistas, de mediadores e de consumidores que reclamam o seu direito à diversidade e à diferença.

É este o ambiente que rodeia qualquer expressão artística e a literatura não é exceção. O mundo literário atual configura-se também por meio de dependências recíprocas entre comportamentos e escolhas locais e tendências globais. No atual meio editorial, o jogo das interações e lutas de posicionamento entre os pares em concorrência elucida a dinâmica dessas configurações e dos efeitos que elas induzem. Desde os escritores que concebem a sua arte na intimidade das suas consciências, passando pelos profissionais da edição e do comércio de livros, até aos hábitos de leitores especializados ou anônimos, a máquina da edição, incluindo a literária, não escapa facilmente às linhas de montagem promovidas por uma globalização que procura suplantar a glocalização, pois esta última é um entrave ao acesso imediato à totalidade dos mercados.

No entanto, pensar as práticas literárias, de criação, mediação e recepção, é sobretudo tomar por objeto a multiplicidade de representações atribuídas a essas práticas. É levar em conta a constituição dos lugares de singularidade e compreender a variedade das disposições culturais e, em consequência, dos modos de criação, mediação e de recepção das obras. A literatura é um produto industrial entre tantos outros e obedece às mesmas leis que outras práticas culturais, com a diferença de que está mais diretamente presente no sistema escolar do que outras formas artísticas. A leitura de literatura, enquanto modo de representação de gostos, hábitos e referências, está, portanto, em melhor posição para conquistar e ajudar a conquistar um estatuto simbólico reconhecível e reconhecido como tal para a arte literária. A leitura pode, desta forma, reabilitar processos mais genuínos de criação, mediação e recepção literárias, abrindo caminho para que o mesmo aconteça com outras modalidades culturais.

A necessidade de uma clara democracia no campo da criação artística e de uma ainda mais clara democratização da recepção artística são prementes. A democracia da criação artística poderá não significar que todos serão artistas, mas a democratização da recepção artística terá de significar que todos serão recetores conscientes da importância da sua função.

No mundo atual, caracterizado por um fluxo incessante de informação aliado a uma vertiginosa pluralidade de meios de comunicação, talvez não haja tarefa mais

importante do que o desenvolvimento da capacidade de processar dados oriundos de múltiplas fontes. Esta capacidade implica a existência de novos enquadramentos e concetualizações, tanto de conteúdos propriamente ditos como das formas por que são transmitidos.

No contexto comunicativo de hoje é indispensável que tanto o criador como o recetor acentuem a sempre necessária *flexibilidade* no entendimento da sua própria identidade perante um objeto artístico. Seja no modo como o criador seleciona e utiliza um número infindo de *ingredientes* disponíveis, provenientes de culturas cada vez mais híbridas, com o objetivo de criar uma obra nova, seja no modo como o recetor se disponibiliza a olhar/ receber essa mesma obra.

É também forçoso que neste ambiente de criação, o direito à *liberdade* seja particularmente reconhecido, pois as obras criadas, logo, obras disponíveis para serem recebidas, resultam numa multiplicidade de repertórios. Por sua vez, esta multiplicidade de repertórios artísticos obriga à aceitação de uma *verdade* também ela múltipla.

Aceitando que a *verdade* a representar e representada é múltipla, é, finalmente, forçoso aceitar que o lugar destinado à *experimentação*, seja ela artística, cultural, ou mesmo existencial, se torna prioritário, secundarizando o tradicionalmente muito valorizado lugar destinado à *estabilidade* de linguagens, estilos e categorias.

Deste modo se alcança a possibilidade de um outro mundo, de um mundo tão novo quanto as novidades nele contidas. Mas esta possibilidade de um outro mundo obriga a questionar os limites, tanto os concretos quanto os concetuais, implica a capacidade de «brincar com o ponto limite» (Guattari. 1992: 83). É este *brincar com o ponto limite* que proporciona o surgimento de algo verdadeiramente novo, algo que não se adequa aos apertados limites da simples novidade. Este *algo novo* é um acontecimento e um acontecimento «surge onde nada se produzia, onde se estagnava de pura redundância» (Guattari. 1992: 85).

6.1. A ética na mediação cultural

O ato de transformar os inéditos em éditos no mundo da arte pertence ao campo da economia criativa e é consequência da economia do conhecimento que, por sua vez,

decorre da sociedade da informação. A importância crescente do conhecimento na economia tem implicações políticas determinantes.

As indústrias culturais e criativas utilizam, tanto na produção como na distribuição de bens e serviços, o conhecimento intelectual como matéria-prima. É a partir desta matéria-prima que se produzem bens tangíveis ou intangíveis com valor económico. O conhecimento intelectual inclui a criatividade artística, que contempla a imaginação e a capacidade de gerar ideias originais e novas formas de interpretar o mundo, «the role of the creative and expressive arts, of performance, of aesthetics in general, and the significant role of design as an underlying infrastructure for the creative economy» (Peters e Araya. 2010: xx). As indústrias culturais e criativas incluem empresas com diferente dimensão e, à semelhança de outras indústrias «the large corporations tend to base their operations in major financial and cultural hubs» (Hesmondhalgh e Pratt. 2004: 10), enquanto «much local cultural policy is built around smaller companies» (Hesmondhalgh e Pratt. 2004: 10).

É do conhecimento geral que a qualidade e rentabilidade das indústrias culturais e criativas tem uma relação direta com os níveis de educação e com os hábitos culturais de uma dada comunidade, pelo que é «a cultura pode e deve ser um elemento estruturante da vida de um país» (Letria. 2014: 12). As indústrias culturais e criativas têm também a ver com o respeito pela propriedade intelectual, dado que a rentabilidade das suas empresas advém, principalmente, dos dividendos decorrentes dos direitos de autor, seja para os autores propriamente ditos seja para as empresas mediadoras das obras desses autores. Assim sendo, facilmente se compreenderá que qualquer forma de pirataria, mesmo um simples descarregar obras da Internet, tem um forte impacto nos dividendos dos autores e dos seus mediadores. A facilidade no acesso a obras artísticas e científicas passa mesmo a ideia para o público geral de que a pirataria que se faz diariamente não constitui crime nem prejudica gravemente os direitos os autores que admiram ou que lhes são úteis, pois se não o fossem, não seria preciso aceder às suas obras.

É urgente formar os públicos, sobretudo os mais jovens, para perceberem que, por trás de cada obra há pelo menos um autor e que a cultura de um país será tanto mais forte e geradora de riqueza material e espiritual quanto mais os criadores tiverem condições para produzir sem constrangimentos e sem o fantasma de um empobrecimento crescente. (Letria. 2014: 15-16)

Mesmo neste contexto adverso e já sob os efeitos devastadores da crise financeira de 2008, em 2011, as atividades culturais e criativas «deram emprego a 77 mil pessoas e as mais de 50 mil empresas que operaram no setor geraram um volume de negócios da ordem dos 5,6 milhões de euros» (Letria. 2014: 105-106). Com esta performance económica, os governos deveriam ter a noção de que tudo o que é aplicado na cultura é um investimento com retorno garantido, tanto do ponto de vista económico como social.

Por todos estes motivos, consideramos que a prática empresarial das indústrias culturais e criativas e o seu enquadramento legal implicam uma ética política, tanto por parte dos empresários como por parte do Estado. Além disso, defendemos ainda que mesmo os quadros intelectuais assalariados, em particular os mediadores, deverão nortear o seu trabalho por princípios éticos, assumindo desta forma a responsabilidade cultural e social inerente à sua ação do dia-a-dia. «Quien desee verdaderamente hacerse cargo del mundo humano no puede descuidar los factores "materiales" ni los "ideales".» (Cortina. 2000: 25)

Um trabalho como o da edição tem consequências reais no mundo real. Sermos editores não é apenas uma profissão, é uma profissão que tem uma função social, que deverá orientar-se por princípios de imparcialidade e de liberdade de decisão e de ação. Portanto, o trabalho de um editor não deverá estar refém de outros objetivos que não sejam o respeito pela linha editorial da editora para a qual trabalha, pelo autor e pela obra que aceita acompanhar e pelos interesses do leitor final. Do mesmo modo, as suas decisões não deverão ser tomadas, de nenhuma forma, em resultado de influências externas. Talvez seja necessária uma mudança de consciência, por forma a que os próprios editores compreendam que não têm de se preocupar apenas em publicar livros bem feitos e que vendam, que não são meros técnicos especializados e que é possível, e até imperioso, «conciliar la conducta del individuo con los intereses del todo social, como necesidad de superar la contradicción entre los intereses del individuo y del todo» (Cortina. 2000: 28).

A moral está sempre naturalmente presente na forma como nos comportamos em sociedade e o nosso trabalho é uma parte muito considerável da nossa existência social. Compreendemos que não seja fácil nem simples identificar a moral certa, aquela que devemos seguir inquestionavelmente. Não é simples definir uma moral quando pensamos as nossas atitudes a nível pessoal e também não o será quando equacionamos

a nossa ação enquanto cidadãos, pelo que também não será simples fazê-lo quanto ao nosso posicionamento profissional. Por isso, temos um conjunto de princípios da moral judaico-cristã, na qual todo o Ocidente está impregnado. Por isso, cada nação tem leis que emolduram a legalidade das nossas ações enquanto cidadãos. Por isso, muitas profissões têm códigos deontológicos que fiscalizam a atuação em determinadas profissões e muitas têm até juramentos.

Sabemos que o entendimento do que é certo ou errado, do que é bom ou mau, do que está bem ou mal, não é único e estará, naturalmente, sempre em evolução.

Aunque formalmente las distintas morales coincidan en intentar regular la conducta, es decir, expresar el ser del hombre en tanto que hombre, en quererse, por tanto, universalmente válidas, difieren parcialmente entre sí en cuanto al contenido de lo que juzgan moralmente correcto o incorrecto. (Cortina. 2000: 56)

Não será por ser difícil conseguir alcançar as respostas corretas para este conjunto de complexas questões que justificará o facto de considerarmos que nem nos compete pensar nelas. Talvez possamos somente aceitar que a moral tem uma maneira peculiar de nos forçar a refletir sobre ela. Talvez pensar na nossa moral, na moral de cada um de nós, seja um trabalho diário que apela à responsabilidade das nossas escolhas. Essas escolhas, quer sejam conscientes ou não, traçam o nosso *caminho moral* na vida. Mesmo que não tomemos consciência de todas as nossas ações, e muito menos de todos os nossos pensamentos ou palavras, tomemos, ao menos, a decisão de, digamos, nos vigiarmos mais de perto.

Estas questões morais são hoje mais prementes porque vivemos uma época que não é regida por um único código moral, o qual facilitaria a nossa tomada de posição. Somos até contra códigos únicos, principalmente os morais, pelo que a ética plural das nossas sociedades nos parece, à partida, a mais adequada. Precisamos, no entanto, de tomar consciência de que uma *ética plural* exige novas e permanentes contribuições. Sem um código moral único, a nossa ética individual e cívica é constantemente forçada a tirar conclusões das consequências da nossa ação quotidiana.

A sociedade tem de ser mais e outra coisa do que apenas o reflexo de interesses particulares. Ou melhor, seja ela esse reflexo quando os interesses particulares se fundirem com os interesses sociais. Até porque as aspirações de cada indivíduo estão

interligadas com as expectativas dos outros, o que deve influenciar radicalmente as próprias expectativas e decisões individuais. «En definitiva, el orden moral impuesto por la razón no existe; la voluntad es quien crea los valores desde el caos. Restaremos, pues, el reino de la voluntad sin coerción.» (Cortina. 2000: 136)

A hegemonia do capitalismo já provou ser determinante no comportamento individual, mas a emancipação tem de ser possível para transcender os imperativos de um egoísmo infundado em prol de uma sociedade de homens livres e iguais. Os interesses do indivíduo têm de poder aproximar-se dos interesses coletivos, até porque as qualidades de uma sociedade capitalista estão longe de ser acessíveis a todos e a felicidade de cada um não pode ser uma espécie de lotaria.

Tenhamos, pois, a coragem de enfrentar algumas perguntas difíceis e encontrar as respostas mais adequadas para sabermos lidar com o fim de uma sociedade cruel e competitiva, muito baseada na propaganda do consumo, como a nossa e edificar o verdadeiro ideal de felicidade. Acreditamos que todos somos inevitavelmente morais. Falta aprendermos a fazer coincidir a nossa moralidade individual com a coletiva.

A educação pode ser a mais-valia necessária para ajudar a cultivar as faculdades (intelectuais e sensíveis) necessárias para formar cidadãos que se preocupem intrinsecamente com o seu papel na cidadania local e universal. Por agora, será mais ou menos seguro afirmarmos que desta cidadania plena fazem parte valores como a liberdade, a igualdade, a solidariedade, o respeito e o diálogo. Estes valores devem fazer parte também do dia-a-dia das nossas profissões e a estes podemos acrescentar ainda a lealdade, a honestidade e o profissionalismo.

Sendo editores, dificilmente seremos colocados perante opções demasiado drásticas como matar ou mentir, mas qualquer editor conhece de perto o risco de sermos hipócritas e servis. Pior ainda, o risco de aumentarmos a pouco e pouco os níveis de hipocrisia e servilismo até darmos connosco conformados com esses níveis, esquecendo-nos que «el conformismo de los hechos es un auténtico fundamentalismo paralizante» (Cortina. 2001: 237).

6.1.1. Políticas culturais e leitura

O conflito de ideologias que estão na base das opções políticas ainda se mantém suficientemente ativo na abordagem governamental dos Estados. Assim, é conveniente sabermos distinguir os diferentes modos de ação quando pretendemos analisar uma dada política cultural. É importante saber situar algumas questões que nortearão esta reflexão, nomeadamente no que diz respeito ao entendimento do que são políticas culturais e da forma como estas podem concretizar-se, consoante a abordagem ideológica que as suportam.

Como nos diz Augusto Santos Silva, a direita tende a defender que o papel das políticas culturais é:

deliberadamente orientado para os «cânones» estabelecidos [e] a esquerda tende a apostar mais nas lógicas de experimentação [...]. A direita pede «contrapartidas», em eficiência organizacional e em «extensão cultural», aos artistas publicamente apoiados; a esquerda basta-se às vezes com as dimensões exclusivamente artísticas da criação (Silva, Augusto. 2003: 12).

Estas orientações políticas serão naturalmente mais eficazes nos campos que o Estado gere direta e globalmente, o que acontece em grande medida no setor da cultura, principalmente com a formação, através, privilegiadamente, do ensino público. Assim, as políticas culturais públicas, seja qual for o princípio ideológico que as norteia, dão especial atenção ao sistema de ensino público, dado que este é, por um lado, um sistema no qual todas as partes constituintes são dependentes do Estado, e, por outro, o sistema de ensino público é o palco indicado para assegurar outros dois aspetos muito importantes em qualquer política cultural pública: que conteúdos (obras, valores) transmitir e a quem.

Deste modo, e partindo das definições apontadas por Santos Silva, temos que o Plano Nacional de Leitura poderá ser considerado uma política cultural pública de claras orientações de esquerda, uma vez que, através da análise das listas de livros recomendados para cada nível de ensino, o Plano Nacional de Leitura tende a complementar, e não a acentuar, o contacto com os *cânones estabelecidos*. O Plano Nacional de Leitura procura assim incentivar a leitura de um conjunto eclético de obras, a partir de uma abordagem mais *experimentalista*, através de *contactos multifacetados*

com obras de autores menos consagrados e obras de literatura de entretenimento. Sugere ainda livros em língua inglesa e obras traduzidas, procurando assim alargar o leque de interesses e de interessados.

Detalhemos ainda um pouco mais o papel das políticas culturais públicas. Para Maria de Lourdes Lima dos Santos, as políticas culturais incidem sobre quatro grandes áreas: «a. Qualificação da oferta; b. Promoção da criação artística; c. Financiamento e regulação do mercado; d. Alargamento da participação na vida cultural.» (Santos. 2005: 4) Assim se compreende que a ação do Estado, quer seja de direita ou de esquerda, vincula todo o funcionamento do setor, decidindo o futuro do desenvolvimento cultural de toda uma sociedade a médio e longo prazos. O setor cultural é um campo no qual os efeitos diretos de uma dada política se manifestam depois de vários anos de implementação sistemática.

No caso de Portugal, a cultura sofreu dramáticas alterações no pós-25 de Abril, alcançando, com muitos anos de atraso, um estágio de democratização do acesso aos bens culturais que o resto da Europa iniciou após a Segunda Guerra. Mais recentemente, com políticas de apoios à criação, conseguiu um nível mais satisfatório de democracia cultural, motivando o surgimento de um muito mais alargado espectro de criadores.

Assim, repegando nas áreas enumeradas por Maria de Lourdes Lima dos Santos, temos que estas se relacionam diretamente com os valores da democratização do acesso a bens culturais – qualificação da oferta – e da democracia cultural, através da promoção da criação artística e do alargamento da participação na vida cultural. Estas áreas estarão sempre intimamente dependentes do papel do Estado no financiamento e na regulação do mercado. O financiamento e a regulação do mercado são, como a própria Maria de Loures Lima dos Santos propõe no estudo citado, uma *área única e indivisível*. Nem a regulação pode existir sem financiamento, nem o financiamento pode existir sem regulação, pois, à semelhança de tantos outros setores da economia, também o setor cultural precisa de ser abordado tendo em conta a acessibilidade da matéria-prima (no caso, os artistas) e as vias de escoamento/comercialização dos produtos.

A regulação depende de uma máquina administrativa, necessariamente orientada por princípios ideológicos que determinam as bases de qualquer política. O financiamento, no entanto, precisa de dinheiro, e é sobre isso que Augusto Santos Silva nos elucida no seu artigo «Como financia o Estado as actividades culturais?» (Silva, Augusto. 2005: 85). Neste artigo, o autor apresenta diversas abordagens possíveis, dependentes do fundo ideológico adotado, e parte do princípio de que em qualquer uma

das formas escolhidas haverá sempre áreas artístico-culturais privilegiadas, sejam elas o património (direita) ou a inovação e a criação (esquerda). Santos Silva também sustenta que, de entre os diversos subsectores culturais, aquele sempre privilegiado, seja à esquerda seja à direita, é o setor do livro e da leitura.

A ação do Estado sobre este subsector consubstancia-se, quer através da promoção do acesso aos livros e do fomento da leitura, quer com apoios concedidos à criação e à edição literárias. Dá-se, em geral, particular ênfase, à leitura literária e à familiarização com os autores clássicos, que são assim entendidos como meio mais adequado para a aquisição de competências e gostos culturais. Qualquer política cultural pública define a cultura de um país, o modo como um dado território geográfico, humano e/ou físico, se define e se reconhece. Isto é, as políticas culturais privilegiam tendencialmente o cânone entendendo as obras clássicas como representativas do que há de melhor e mais unanimemente aceite.

Não é por acaso que o livro e a leitura são campos sempre protegidos em todas as políticas culturais públicas, uma vez que o livro é um dos mais universais meios de acesso à cultura. O livro é ainda particularmente barato: se um livro de 100 páginas custar 10€ e se demorar 4 horas a ler perfaz a módica quantia de 2,5€ por hora de entretenimento. O livro é também um suporte e veículo de conhecimento com grande potencial para ser adaptado às novas tecnologias.

O que nos diz Hans Robert Jauss relativamente à receção e avaliação de uma obra literária poderá facilmente ser transposto para qualquer forma artística e auxiliá-los a clarificar a difícil questão da qualidade de uma obra.

a qualidade e destaque de uma obra literária não se devem nem às suas circunstâncias biográficas e históricas nem apenas à posição que ocupa na evolução de um género mas sim a critérios mais difíceis de compreender como os da recepção, da influência provocada e valor reconhecido pela posteridade. (Jauss. 1993: 23)

Apenas o tempo pode (re)validar ou não uma apreciação feita pelos contemporâneos recetores de uma obra, pois o valor canónico de uma obra depende muito de poder ser ou não reconhecida pelas gerações posteriores, como uma forma de entendimento do mundo que é também por estes partilhada. As obras canónicas são sempre universais no seio de uma dada cultura, pois permitem sempre o

autorreconhecimento humano, cultural e civilizacional de um dado recetor, mesmo quando este recetor, posterior, possa não partilhar da totalidade da mensagem transmitida por uma obra. Assim, a

«literariedade» da literatura não se define apenas sincronicamente através da oposição entre linguagem poética e linguagem prática mas também diacronicamente, através da oposição ao cânone estabelecido no género em questão e à forma que a precedeu na série literária (Jauss. 1993: 51).

Daqui se depreende que é na relação tensa entre cânone e inovação que se alcança um nível médio – o gosto – que permite a entrada e a saída de obras da estruturante lista de um dado cânone.

Também Theodor W. Adorno participa no desenrolar desta questão:

o público pode querer algo de correcto. Para poder, seria preciso que fosse levado a podê-lo, por si mesmo e contra si mesmo, ao mesmo tempo. Para tanto, a condição de longo prazo seria a educação, enquanto ainda houver tempo. Se a indústria da cultura já mantém sob sequestro as crianças e os adolescentes para intensificar a infantilização geral, haveria então que trabalhar-se em sentido contrário no ensino, nomeadamente no ensino público (Adorno. 2003: 178).

É este o papel do Estado e das suas políticas culturais públicas: oferecer diversidade de estilos e de técnicas, de leituras e de propostas. O Estado, assim, assume o seu papel de interveniente ativo na cultura do seu país, equilibrando os princípios impostos por um mercado que protege em primeiro lugar o lucro a distribuir pelos seus principais agentes.

«A recepção interpretativa de um texto pressupõe sempre o contexto anterior da experiência em que se inscreve a percepção estética.» (Jauss. 1993: 68) Se esse *contexto anterior* for rico e exigente, o próprio público tenderá a recusar o facilitismo de muitas das obras disponíveis e isso forçará a indústria a atender ao nível de qualidade dos produtos que comercializa. Apenas uma educação focalizada na formação artística de públicos poderá contrariar este facilitismo e a educação é pertença das atribuições básicas do Estado.

No caso específico das políticas culturais públicas direcionadas para a leitura e, consequentemente a literatura e a literacia, um estudo de 2008 – *Práticas de Promoção da Leitura nos Países da OCDE* – clarifica o papel fundamental da leitura enquanto pedra basilar de todo o desenvolvimento cultural, em particular, e de todo o desenvolvimento, em geral, incluindo o económico e o social:

A generalização destas políticas, já com alguma espessura temporal em diversos países, baseia-se no reconhecimento da importância das competências e dos hábitos de leitura para o desenvolvimento dos indivíduos e das sociedades. (Neves, Lima e Borges. 2008: 3)

Este mesmo estudo especifica o que se considera serem políticas de promoção de leitura:

A noção de práticas de promoção (ou de fomento) da leitura relaciona-se com a criação, junto de uma dada população, de competências de compreensão do código escrito (alfabetização), com a elevação dos níveis de leitura em geral ou relativamente a um suporte em particular (designadamente o livro), em quantidade e/ou em qualidade, com a elevação dos níveis de compreensão do texto escrito e da sua utilização quotidiana (literacia) ou ainda com o enraizamento dos hábitos e do gosto pela leitura. (Neves, Lima e Borges. 2008: 10)

Pelo que se reitera a questão do escalonamento dos níveis de literacia e leitura, isto é, um bom nível de competências de leitura alcança-se gradativamente, degrau após degrau, tanto em termos de quantidade como de qualidade. No caso português, como nos diz este mesmo estudo:

A promoção da leitura, uma preocupação relativamente recente em Portugal – data de 1997 o lançamento do Programa Nacional de Promoção da Leitura, da responsabilidade do então Instituto Português do Livro e das Bibliotecas do Ministério da Cultura (IPLB/MC) – ganhou uma maior dimensão com o lançamento, em setembro de 2006, do Plano Nacional de Leitura (Neves, Lima e Borges. 2008: 10).

O Plano Nacional de Leitura é uma iniciativa do Governo, cuja responsabilidade é dividida pelo Ministério da Educação, o Ministério da Cultura e o Gabinete do Ministro dos Assuntos Parlamentares. O seu objetivo central é promover os hábitos de leitura, elevando consequentemente os níveis de literacia dos portugueses, equiparando-os aos dos restantes países europeus.

As principais áreas de intervenção da primeira fase de ação do Plano Nacional de Leitura tiveram como principal público-alvo as crianças e os jovens, desde o pré-escolar ao final do secundário, e os diversos agentes e mediadores diretos, fossem eles familiares ou educadores, que interagissem diretamente com este público-alvo. Esta opção teve em conta o facto de que, do ponto de vista das crianças, «as competências básicas ou se adquirem precocemente, nas primeiras etapas da vida, ou dão lugar a dificuldades que progressivamente se acumulam, se multiplicam e transformam em obstáculos quase intransponíveis» (Neves, Lima e Borges. 2008: 10).

6.2. A leitura como ato político

Antes de a leitura ser um ato político é um ato cultural, sendo que os atos culturais são frequentemente políticos. «Onde está o livro costumam estar as ideias.» (Letria. 2014: 205) Realçamos, no entanto, que a cultura não tem necessariamente a ver com leitura, assim como a leitura não tem necessariamente a ver com cultura. Tanto a leitura enquanto cultura como a cultura de leitura são de carácter individual e coletivo, sendo que o segundo termo remete para uma «sociedade em que a taxa de alfabetização seja relativamente elevada, não excluindo qualquer estrato social. [...]. Nesta perspetiva, trata-se de uma sociedade que valoriza a leitura em todos os suportes e contextos sociais» (Neves. 2015: 70).

Uma sociedade com bons índices de *cultura de leitura* é uma sociedade que valoriza socialmente a leitura e que disponibiliza a leitura em todos os suportes, impressos e digitais, e em diversos formatos, como jornais, revistas, etc. Esta sociedade também valoriza a quantidade e a qualidade da leitura como condições prestigiantes num emprego, por exemplo. Ao mesmo tempo, a leitura de lazer está sempre presente,

existindo uma grande diversidade da oferta, incluindo todos os géneros literários, desde os mais eruditos aos mais populares.

A cultura de leitura contempla os *leitores atuais* e os *potenciais*. Para transformar os leitores potenciais em leitores atuais é preciso que sejam adquiridos hábitos de leitura no seio de uma *cultura de leitura*. Muito embora a leitura não obrigatória, ou seja, a que não depende diretamente dos currículos escolares, continue associada a uma elite intelectual e socioeconómica, consideramos que a cultura de leitura não está em risco e, por conseguinte, nem o livro nem a literatura o estão. O livro, seja o livro em papel ou digital, vai continuar a ser fundamental para formar identidades, mentalidades e valores. É forçoso que assim seja, pois a alternativa é muito perigosa. Quanto menos se lê, menos se pensa, e, quanto menos se pensa, menos se questiona a sociedade e os poderes que a controlam, o que coloca em risco a própria liberdade, seja ela individual ou coletiva.

Se o livro é um meio privilegiado e prestigiado para formar as *mentalidades* e os *valores* das gerações presentes e futuras, defendemos que esses objetivos poderão ser predominantemente alcançados através da literatura. Alargando os limites de atuação e os círculos de influência da literatura será possível fomentar a democratização da receção literária. Assim se alargará também a noção de que a obra literária não está afastada dos interesses humanos que a constituem, nem do lado da criação nem do lado da receção.

Este objetivo deve ser perseguido desde as idades mais jovens, pois à medida que «a criança faz as aquisições fundamentais para progredir na decodificação da leitura, abre caminho para compreender aquilo que está a ler e vai descobrindo o prazer de ler» (Morais. 2010: 22). Neste processo, os pais, assim como os familiares próximos e os círculos de amigos, têm um papel determinante, pois «se os pais não leem, qual o valor que as crianças vão atribuir à leitura?» (Morais. 2010: 23)

Embora os hábitos culturais não estejam diretamente relacionados com as condições socioeconómicas, ou não o estejam sempre, o certo é que essa relação existe. Contudo, isso não pode ser a justificação para definir objetivos diferentes segundo o rendimento escolar ou o meio socioeconómico, porque «definir um ideal para crianças de um meio socioeconómico baixo e outro para crianças de um meio socioeconómico superior significa introduzir uma discriminação que é inaceitável» (Morais. 2010: 23).

O risco de não agir desta forma ou de ter um enquadramento que permite não o fazer é grande, mas convém ter presente que este tipo de *discriminação positiva* só o é

aparentemente. Rapidamente se torna somente *discriminação*, tendencialmente reproduzida e sem fim à vista.

Com isto, não defendemos uma nivelção por baixo, ou seja, que os objetivos a atingir por todos sejam modestos e pouco ambiciosos. Defendemos apenas que haja cada vez menos razões para que as crianças continuem a ser alvo de um tipo de tolerância e compaixão que conduza o sistema educativo e os educadores a considerar que *X já é muito bom para quem é*.

Nesta linha de raciocínio, também não podemos defender que *o importante é ler não importa o quê*. Não, na verdade, consideramos que *o quê é o mais importante*, até porque a falta de contacto com obras de qualidade favorece a estagnação em hábitos pouco saudáveis. Tal qual como os hábitos alimentares ou qualquer outra coisa com que crescemos. Assim como não cultivamos paladares refinados com batatas fritas, também não cultivamos o gosto pela literatura com grandes doses de Rucas.

É no que se lê que se distingue o que vale ou não a pena ler. Principalmente, quando um dos principais fatores para justificar fracos índices de leitura é a *falta de tempo*. Assim, se temos pouco tempo, convém escolher muito bem o que se lê para não correremos o risco de *perder tempo*. O mesmo argumento serve para qualquer bem cultural e de entretenimento. Se temos pouco tempo ou pouco dinheiro, mais vale ir ver aquela peça especial que veio da Austrália ou o filme que foi um sucesso em Cannes ou uma exposição de arte tradicional da Papua Nova Guiné, ou um concerto de taças tibetanas. Enfim, o raciocínio é sempre o mesmo: otimizar os poucos recursos existentes.

Incluimos os bens de entretenimento porque também estes podem ser simultaneamente bens culturais. O entretenimento não tem de ser stupidificante, não tem de ter como único objetivo *distrair e aliviar o stress*. Bem sabemos que um dos argumentos para escolher este tipo de produtos é *não pensar*, mas defendemos que pensar, por si próprio, não é cansativo, o que é cansativo é pensar mal ou pensar sempre as mesmas coisas da mesma maneira. Por outro lado, este *distrair e não pensar* costuma estar diretamente relacionado com o *afastarmo-nos dos problemas*. Um olhar à distância pode ser positivo porque nos ajuda a relativizar os problemas, mas fazer de conta que eles não existem já não. Não é por passarmos três horas a ler sobre o mais recente divórcio real que o nosso próprio divórcio deixa de ter o problema de não termos dinheiro para sustentar duas casas.

Estes são alguns argumentos do ponto de vista meramente pessoal, mas as escolhas que fazemos do ponto de vista do consumo de bens culturais também têm uma forte influência nos níveis daquilo a que podemos chamar *literacia política*.

Numa democracia, temos que estabelecer as responsabilidades dos homens livres. [...]. Sem uma mentalidade livre, não podemos agir como homens livres. Procurei mostrar que a arte de ler bem está intimamente ligada à arte de pensar bem – claramente, criticamente, livremente. [...]. Este, em resumo, é um ensaio que trata da leitura, relacionando-a com a vida, a liberdade e a procura da felicidade. [...]. É bom aprender. Os livros ficarão mais simples, ao se ir descobrindo a simplicidade deles. (Adler. 1954: 8)

Uma obra literária, por mais complexa que aparente ser, tem sempre inscrito um código de leitura que permite ao leitor aceder a uma estrutura narrativa menos linear ou mais fragmentada. Os autores literários não têm como objetivo não serem lidos ou serem lidos apenas por uma elite altamente esclarecida. Quando muito, preferem não ser lidos por quem não se dá ao trabalho de os tentar compreender. A relação entre um autor e os seus leitores é como uma relação de amizade e todos preferem ter amigos que falem a mesma linguagem, que saibam ouvir-nos e que procurem compreender-nos, mesmo quando não partilham da nossa leitura e interpretação dos factos da vida.

No domínio das obras literárias, gostaríamos de defender que *ser difícil não é um defeito, é um estímulo*. Nunca ouvimos uma criança dizer que não quer determinado jogo de computador por ser demasiado difícil. Naturalmente que os jogos que interessam a crianças de três anos não são os mesmos que interessam a crianças de nove. No entanto, todos nós sabemos que temos uma maior probabilidade de sucesso se oferecermos um jogo novo um pouco mais exigente do que os jogos a que determinada criança está habituada. Porque a criança sente que já a consideramos capaz de jogar um jogo para mais velhos, e porque pode contar aos amigos que já é capaz de jogar um jogo difícil. Se é assim para os jogos porque não há de ser assim para a escolha de bens culturais? Porque não dar um livro de 200 páginas a uma criança de 10 anos quando todos já leram os milhares de páginas da saga do Harry Potter?

Ler é uma atividade complexa; escrever também. Do lado da leitura, somos bons leitores quando somos capazes de apreender tudo «o que o escritor procurou transmitir» (Adler. 1954: 28-29). Sabemos, no entanto, que este *apreender tudo* é diferente de leitor

para leitor e que todos os leitores são até capazes de *apreender mais* do que o escritor procurou dizer. Aliás, sermos muito bons leitores é exatamente isso e essa é uma das qualidades da literatura.

A arte de ler compreende as mesmas competências que constituem a arte da descoberta: observação, memória, imaginação e inteligência. Isto significa que, além de estas serem qualidades que são válidas por si só, podemos ainda ganhar o bônus de, se formos bons ou muito bons leitores, seremos bons descobridores. De um ponto de vista pragmático, e até mesmo economicista, chegamos à conclusão de que ao obtermos as capacidades necessárias para sermos bons leitores, ficamos também capacitados para correspondermos às exigências do atual mercado de trabalho. Ao lermos bem, ficamos automaticamente mais inteligentes e mais criativos, mais analíticos e mais reflexivos, que são qualidades muito úteis e valorizadas na atual sociedade de informação e comunicação.

«Por mais difícil que seja, ler é sempre mais fácil do que escrever e falar bem. Para lidar com os outros, é preciso saber como são recebidas as comunicações e ser capaz, além disso, de dominar o meio, para produzir os efeitos desejados.» (Adler. 1954: 61) Qual o empregador atual que não deseja ver estas qualidades nos seus funcionários? Qual o governante que não deseja ver estas qualidades nos seus eleitores? Tanto os empregadores como os governantes que o desejam são os que valem a pena. É verdade que existem muitos exemplos que não desejam ver estas qualidades nos seus colaboradores e nos seus concidadãos, mas esses são os que precisam de ser rapidamente afastados dos seus cargos de chefia ou de poder.

Temos a obrigação de almejar sermos chefiados e governados por quem não deseja que a inteligência e a perspicácia sejam qualidades distribuídas em doses modestas. Estes chefes e estes governantes são aqueles que não pretendem dar-se ao trabalho de conquistar o respeito e lealdade dos mais inteligentes e dos mais aptos, pura e simplesmente porque dá muito menos trabalho dominar os que possuem mentes simples.

Uma sociedade que cultiva a arte da leitura num indivíduo está também a dotar-se a si própria de indivíduos com horizontes mais alargados. Por isso, capacitar os indivíduos para a leitura é também formar um tipo específico de sociedade, uma sociedade mais justa e solidária, exatamente porque os indivíduos que a constituem têm um umbigo do tamanho do que conhecem e do que consideram seu. O objetivo último é que cada indivíduo tenha um umbigo do tamanho do mundo.

A literatura pode contribuir para que um indivíduo se identifique com um mundo cada vez maior e mais apelativo, pois potencia no leitor uma experiência permanentemente nova desse mundo. Através da ambiguidade das palavras, a literatura ganha riqueza e força. Através de metáforas, a literatura multiplica o conteúdo das entrelinhas. Através de uma frase poética e intraduzível, a literatura consegue uma experiência única porque qualquer outra conjugação de palavras criará uma outra experiência «melhor ou pior, mas de qualquer modo diferente» (Adler. 1954: 238).

Os grandes livros são *poderosas forças civilizadoras* porque podem ser lidos em diferentes níveis de compreensão e com uma grande diversidade de interpretações. Os grandes livros devem sempre ser lidos em relação uns com os outros, sendo o número de relações possíveis potencialmente infinito, apenas delimitado pelo número de livros anteriormente lidos por um mesmo leitor. Estas relações, entre livros e entre livros e o indivíduo que os lê, são processos privilegiados de desenvolvimento da inteligência e da capacidade de analisar criticamente o mundo que faz e que recebe esses livros.

Só a inteligência permite pensar livremente e sem «inteligências livres, não podemos permanecer muito tempo como homens livres» (Adler. 1954: 282). Apesar de a literatura poder ser uma fonte de prazer, ela é mais do que um fim em si mesmo. O facto de a literatura potenciar o pensamento leva-a a potenciar também a ação. A literatura forma indivíduos que refletem e que agem, e é nesta relação direta com a realidade que a literatura tem sua melhor justificação.

Para que a literatura possa ter este papel determinante na sociedade é necessário que os seus leitores sejam detentores de bons níveis de literacia, pelo que também a literacia é uma forma de vivência social e cultural. A literacia é uma forma de ecologia, um ambiente onde as ações individuais se inscrevem numa rede com outras literacias, com outras ações individuais. A literacia crítica é mais importante do que nunca, no atual ambiente de multiplicidade e diversidade de textos. A literacia não é uma competência inócua ou neutra, é uma prática socialmente definível. Muito embora seja uma *atividade invisível*, está presente em todas as vivências e atividades humanas. A literacia está diretamente relacionada com um processo cognitivo individual, o que significa que está também intimamente relacionada com a ideologia e o posicionamento social de um indivíduo.

É preciso que cada vez mais as pessoas tenham a noção de quais são os seus níveis de literacia em cada domínio onde atuam, assim como é necessário que compreendam qual o nível de literacia que potencialmente poderiam ter e o que isso

lhes permitiria conhecer e alcançar. A literacia deverá ser consciencializada enquanto forma de ideologia, uma ideologia que, cada vez mais, determina o posicionamento individual na sociedade. Esse posicionamento individual reflete-se no posicionamento ideológico que cada indivíduo tem na sociedade local e global em que está inserido.

A literacia é aprendizagem e não há uma maneira certa ou errada de aprender. O certo e o errado são apenas conceitos refletidos no sujeito que aprende, pois relacionam-se com o que o sujeito faz a partir do que aprende. Também não há percursos de aprendizagem certos e errados. Isto é, o percurso certo e o percurso errado, mais uma vez, só se refletem no que resulta na construção do sujeito que aprende. Defendemos, assim, a máxima exposição a objetos artísticos, preferencialmente em todas as situações da vida do sujeito, libertando-o da ideia de que a arte tem um tempo e um espaço próprios e alheios à vida quotidiana.

Cada sociedade produz um certo ideal e esse ideal é o mesmo para todos os cidadãos. Esta característica implica algum tipo de homogeneidade, «a educação perpetua e reforça essa homogeneidade fixando de antemão [...] certas similitudes essenciais, reclamadas pela vida colectiva» (Durkheim. 1955: 37). Por outro lado, a educação assegura uma certa diversidade «diversificando-se ela mesma e permitindo as especializações» (Durkheim. 1955: 37).

6.3. Públicos novos para arte nova

Construir e ajudar a construir públicos novos para arte nova é um trabalho que faz também parte, segundo o nosso entendimento, das funções de um mediador cultural. As recentes alterações do paradigma do acesso à arte, com o advento da Internet, permitem e estimulam uma aproximação e uma liberdade que até ao seu aparecimento não existiam. A questão é saber como os recetores acedem a essas obras, com que ferramentas estéticas as percecionam, como delas têm conhecimento, enfim, a questão é saber que tipo de mediação e receção ocorre nos ambientes digitais.

Creemos que as potencialidades positivas são superiores às negativas, e que o efeito de massas e de sociabilização em torno de um produto/uma obra pode contribuir para que alguns preconceitos em relação à arte se esbatam, abrindo caminho para alterações de comportamento por parte dos recetores. Para isto, no entanto, é essencial

que os recetores tenham, maioritariamente, uma boa formação de base, que compreendam o que estão a receber, que o questionem e que, depois deste processo, sejam capazes de escolher a obra mais estimulante em detrimento daquela que promove a inércia dos sentidos e da razão. As novas tecnologias de informação e comunicação podem, pois, produzir um efeito benéfico tanto na criação como na receção, não só pela facilidade no acesso mas também porque promovem o *caráter coletivo*, de comunidade, quer num caso quer no outro, além de permitir uma relação muito mais direta entre criador e recetor.

Perante tamanha revolução, qual o papel reservado à mediação? Como deve funcionar? Qual o seu espaço? Qual o seu objetivo? Pode parecer contraditório que continuem a ser necessários mediadores, mas não é. Porque as funções de mediação continuam a existir, dado que haverá sempre a figura daquele que disponibiliza a obra, que permite que esta alcance o seu lugar no contexto estético de uma dada comunidade. No caso da divulgação digital, não raras vezes é o próprio autor que publica o seu próprio trabalho. No entanto, para que esse trabalho, depois de disponibilizado pelo autor, ganhe visibilidade, são precisos recetores que compartilhem da estética de uma dada obra e que a divulguem junto da sua rede de contactos que passa, também ela, a assumir as funções de mediador.

A Internet pode ajudar no processo de criação de autores e de recetores, mas não atua sozinha. Há sempre a questão da educação estética, que não pode ser substituída pelo número de visualizações de uma dada obra, por exemplo. O estreitar de laços entre o criador e o recetor, ou, melhor dizendo, entre a obra e a sua receção sempre foi uma força motriz da mediação, mas o recetor crítico não nasce espontaneamente. O estreitamento de laços deverá ser promovido pelo mediador, acompanhado de pistas, dicas que permitam o fortalecimento das ferramentas de fruição estética por parte do recetor com vista à sua futura autonomia.

6.3.1. Arte erudita e popular ou público erudito e popular?

Os conceitos de cânone ou de norma estética continuam a ser pertinentes no momento presente. A questão fundamental consiste em equacionar a sua pertinência numa modernidade (des)caracterizada pelos prefixos pós e hiper, neo, supra e ultra que

a afunilam numa sopa conceptual. Esta sopa conceptual, por sua vez, contribui para o esvaziamento da nossa realidade, erguendo no seu lugar uma pseudorealidade repleta de pseudoeventos.

Segundo Baudrillard (1995: 25), estes pseudoeventos são simulacros que nem sequer têm de ter qualquer relação com a realidade; são meras construções de uma hiperrealidade sem origem, especificamente construída porque a eficácia de todo o sistema depende de ser previsível e controlável, o que equivale a dizer comunicada. Como qualquer comunicação depende da linguagem, de um código inteligível tanto pelo emissor como pelo recetor, a questão da linguagem/código terá de acompanhar transversalmente a nossa reflexão, pois, como afirma Ludwig Wittgenstein (2011: 11), «*Os limites da minha linguagem* significa os limites do meu mundo.»

Daí que a arte nova seja, simultaneamente, a arte que viola a norma (antiarte) e a nova norma que acaba por coexistir com a norma anteriormente instituída, ampliando e diversificando desta forma o ciclo de vida da arte, antes de desaparecer totalmente ou de ser absorvida pelo código, transformando-se ela própria em exemplo. Mas a arte nova não se rege por princípios aleatórios nem a dinâmica que desenvolve com a norma é casual, pois uma só existe em contraponto, em diálogo, com a outra. Como afirma Umberto Eco,

todos os níveis da mensagem [estética] transgridem a norma segundo a mesma regra. Essa regra, esse código da obra, em linha de direito, é um ideoleto (defina-se como ideoleto o código privado e individual de um único falante); de facto, esse ideoleto gera imitação, maneira, consuetude estilística e, por fim, novas normas, como nos ensina toda a História da arte e da cultura (Eco. 1987: 58).

O que significa que o entendimento de uma obra de arte, e muito especificamente de uma obra de arte nova, se encontra na própria obra, sendo, todavia, necessário deter, pelo menos, a possibilidade de aceder ao código utilizado na obra. Isso só é possível se o recetor possuir a capacidade de aceder ao novo código em contraponto com o já existente, o que lhe permitirá alcançar o entendimento da totalidade daquele código novo. Deste modo se realiza a espiral da norma vs. arte nova, sendo que esta espiral funciona em ambos os sentidos, tanto a norma pode dirigir-se à periferia como a arte nova pode dirigir-se para o centro. Em qualquer dos sentidos, nem a norma estética é substituída pela arte nova sem antes deixar a sua marca irrevogável no sistema nem o

contrário. Também a arte não voltará a ser igual ao que era antes de cada nova incursão, «toda a obra põe em crise o código, mas ao mesmo tempo o potencializa; revela seus aspectos insuspeitados, suas ductilidades ignotas; transgredindo-o, integrando-o e reestruturando-o» (Eco. 1987: 69).

Não há arte que não seja mais cedo ou mais tarde como tal reconhecida pelas instituições legitimadas para isso pela respetiva comunidade. Não porque não seja arte, mas porque, se não for reconhecida como arte, não tem existência social. Muito embora diversas de época para época e intimamente dependentes da ideologia que as fundamenta, são essas entidades, socialmente legitimadas para tal, que detêm o controlo do reconhecimento e da valorização, por muito que os artistas procurem ignorá-lo ou minimizá-lo.

Outra questão tem a ver com a norma estética em relação às categorias de cultura erudita e cultura popular. Defendermos que a norma estética é transversal tanto a um como a outro tipo de cultura, pois todo o sistema é dinâmico e a distinção entre cultura erudita e cultura popular é meramente sociológica. Como exemplo, facilmente podemos encontrar exemplos de obras de arte originárias da chamada cultura erudita que passam para o campo da cultura popular, seja através do sistema de ensino seja simplesmente porque o gosto evolui e pode passar a englobar obras inicialmente consideradas inacessíveis às classes populares de uma sociedade.

Erudito não tem de ser difícil, inacessível, raro, profundo e superior, nem o público erudito será, por condição e fatalidade, o único capaz de compreender e sentir as grandes obras do pensamento e da arte. Além disso, conforme podemos ler em T. Adorno, «se a indústria da cultura já mantém sob sequestro as crianças e os adolescentes para intensificar a infantilização geral, haveria então que trabalhar-se em sentido contrário no ensino, nomeadamente no ensino público» (Adorno. 2003: 178).

É este o papel da educação, considerada em sentido lato, enquanto motor e modelador de cidadãos, intimamente relacionada com as políticas culturais idealizadas e concretizadas numa e para uma sociedade: oferecer capacidades que permitam a um público cada vez mais alargado aceder a propostas culturais ditas eruditas.

Perante uma obra de arte nova, que é sempre, reforçemo-lo, um ato de transgressão, o destinatário passa a «atentar para a nova possibilidade linguística e pensa, através dela, toda a língua, todas as suas possibilidades, todo o património do a dizer e do já dito que a mensagem poética arrasta atrás de si como possibilidade entrevista» (Eco. 1987: 69). A arte e o artista, mas também o recetor, definem-se a partir

do seu posicionamento perante a mensagem estética e perante o mundo em que esta mensagem surge. O surgimento de uma nova mensagem artística pode ser definido através do conceito de *acontecimento*, pois, na arte, o que pretendemos é entender o devir, a produção de realidade metamorfoseante, a mudança.

Em todo acontecimento, há de facto o momento presente da efetuação, aquele em que o acontecimento se encarna em um estado de coisas, [...] o passado do acontecimento só é julgado em função desse presente definitivo, do ponto de vista daquele que o encarna. (Deleuze e Guattari. 2000: 177-178)

A obra de arte é encarada como o acontecimento que «termina com o formato. É este o nó em que o ramo deixa a sua marca no tronco comum» (Serres. 2005: 125). Assim chegamos à complexa árvore do conhecimento (da arte) estabelecida por Gilles Deleuze e Felix Guattari, na qual o mundo

perdeu o prumo, o sujeito já não pode mesmo fazer dicotomia (árvore-raiz, lei da reflexão/norma estética), mas acede a uma unidade mais alta, de ambivalência ou de sobredeterminação, numa dimensão continuamente suplementar ao seu objeto. O mundo tornou-se caos, mas o livro [= obra de arte] continua imagem do mundo, caosmos-radícula em vez de cosmos-raiz. (Deleuze-Guattari. 2000: 25)

Uma coisa é o cânone quando toda a produção e receção artísticas são controladas por entidades de poder bem definidas e com funcionamento oligárquico. Neste caso, as obras são acedidas por um número pouco significativo de pessoas que raramente excedem as pertencentes a essas oligarquias. Outra coisa é o cânone fixado e transmitido por um número cada vez mais alargado de agentes. Neste último caso, um número alargado de modalidades e meios, como a fotografia, o cinema, a televisão e a Internet, permitem a reprodução de obras de arte com uma qualidade bastante satisfatória.

No atual contexto, tudo se torna muito mais complexo, todas as fronteiras de centro e periferia se diluem entre si. Somos defensores da democratização da receção, do acesso cada vez mais alargado a obras de arte, e da democracia na criação, quando, para mais, temos um exponencial aumento do número de artistas. Mas também nos colocamos na posição de que tanto uma como outra deverão pautar-se por uma

formação adequada de artistas e públicos. O exercício da crítica é mais importante do que nunca, assim como o são as políticas culturais públicas, tanto as exercidas pelo Estado como as exercidas pelas academias.

Este fenómeno acentua-se quando falamos do novo em arte, pois a nossa natural tendência para o conservadorismo, para aquilo que nos permite uma relação mais fácil e imediata com o real, não é suficiente para o diálogo, compreensão e fruição com novas formas e novos conteúdos artísticos. Aprender um objeto artístico inovador implica apelar a uma gramática inovadora para podermos estabelecer um diálogo, também ele inovador, com a obra de arte nova, uma vez que formulações antigas não servem a este contacto. Dado que são as elites culturais e intelectuais aquelas que mais possibilidades têm de possuir uma gramática suficientemente ampla que lhes permita encontrar formas de a adequar a cada contacto com uma forma de arte inovadora, o hiato com as não elites agudiza-se.

Aqui reside a questão: o possuir ou não a gramática que permite o diálogo com uma forma de arte nova, e é aqui que a educação se reveste de uma inquestionável importância. O entendimento não é uma capacidade intrínseca aos que o detêm, é tão-somente uma capacidade adquirida, passível, portanto, de ser instruída. É possível ultrapassar a injustiça do facto de que «uns possuem um órgão de compreensão que é negado, portanto, aos outros» (Gassett. 2003: 41), pois se «o nosso ajustamento visual for inadequado, não veremos o objecto ou vê-lo-emos mal» (Gassett. 2003: 44).

«Em arte toda a repetição é nula» (Gassett. 2003: 46), pelo que a necessidade de possuímos um *órgão de compreensão* que nos permita aceder ao novo, ao inovador, se reveste da maior importância. A inovação não é apenas um capricho dos criadores, é uma inevitabilidade num mundo em constantes, e cada vez mais rápidas, mudanças. A razão conservadora, confortável, conhecida e dominada é, assim, inútil. Por isso, é legítimo recuperar uma pertinente pergunta de Ortega y Gasset: «Porque hão-de ter hoje os velhos sempre razão contra os jovens quando o amanhã dá sempre razão aos jovens contra os velhos?» (Gassett. 2003: 54) Até porque «pouca coisa será a vida se nela não arfar um esforço formidável de alargamento das suas fronteiras» (Gassett. 2003: 54). Defende-se, por estas razões, que o prazer estético seja «um prazer inteligente» (Gassett. 2003: 56), porque instruído, preparado não só para compreender o passado mas principalmente para estabelecer o diálogo com diferentes formas de construir o futuro.

Se a palavra *autor* vem de *auctor*, aquele que aumenta, engrandece, melhora (do verbo *augere*); e se a palavra *recetor* significa aquele que recebe uma e outra vez (o prefixo re- em conjugação com o verbo *capere*, capturar), então o recetor terá de estar permanentemente em condições de receber o que o autor aumentou, engrandeceu, melhorou. Se o recetor não está capaz de cumprir o seu papel também o autor se verá diminuído na sua função, pois tudo o que é criado é criado para ser apreendido, absorvido.

Uma criação artística serve ainda para abrir caminho a que outros aumentem, engrandçam e melhorem a partir do que existe. Deste modo se cumpre a democracia da criação e a democratização da receção porque criador e recetor, criação e receção, formam um par indissociável.

É nossa responsabilidade adicionar a nossa contribuição ao legado das gerações anteriores e devemos fazê-lo aumentando em quantidade e em qualidade as obras que legaremos às pessoas e ao mundo posteriores. Deste modo contribuiremos para a otimização das potencialidades do ser humano, enquanto todo, através da arte e da fruição estética. Com isto não se pretende sustentar apenas a arte que possa interessar exclusivamente o recetor erudito, mas o contrário também é válido, pois não se pretende que a criação artística satisfaça unicamente o mais inculto. O que se pretende é que a média qualitativa se harmonize significativamente, permitindo que os extremos desse arco de criação e fruição artísticas tenham um intervalo mínimo, sem que para tal seja necessário baixar o nível médio das obras.

Saber ler não é o suficiente para se ter um bom nível de literacia e que os níveis de literacia aumentam em consonância com o nível de formação de cada um. Também não basta ter olhos e ouvidos para podermos apreender obras que exigem um maior nível de vocabulário estético, de literacia estética, se assim entendermos chamar ao *órgão de compreensão* de Ortega y Gasset. Temos definido, por esta via, o nosso objetivo enquanto editores, enquanto mediadores culturais e formadores de literacia estética: proporcionar aos nossos contemporâneos aquilo de que necessitam, em vez daquilo que eles louvam na facilidade da apreensão imediata. É nossa função principal declarar guerra à mediania através da estimulação da também natural capacidade de inquietação e de insatisfação que todos temos perante o mundo e perante nós próprios.

A constatação de que a mediania é frequentemente medíocre é uma preocupação que acompanha qualquer pensador que se debruce sobre o assunto. Como afirma Friedrich Schiller, no século XVIII, «é certo que o crítico comum [...] mostrar-se-á pouco

grato ao escritor por lhe ter provocado um esforço duplo; porque esse tem certamente que o *traduzir* primeiro se quer compreendê-lo» (Schiller. 1994: 113). Sempre assim foi e talvez sempre assim venha a ser, mas é também certo que a educação estética produz efeitos similares aos de qualquer outra forma de educação e o gosto não é exceção. Pelo contrário, talvez seja a educação do gosto uma prioridade, pois através da estimulação de todos os sentidos, a mente humana fica predisposta a apreender criticamente todas as restantes áreas do saber e do ser, pois, como defende Friedrich Schiller, o gosto «trabalha sem tréguas para estreitar cada vez mais o vínculo entre a razão e os sentidos» (Schiller. 1994: 118).

Ao contrário do que muitas vezes se pensa, que a educação do belo «não poderia contribuir absolutamente nada para nos tornar melhores» (Schiller. 1994: 130), na verdade, «ela torna-nos hábeis a ponto de agirmos, mesmo sem uma mentalidade verdadeiramente ética, como teria sido ditado por uma mentalidade ética» (Schiller. 1994: 130). Assim, uma função mediadora

lançaria uma ponte sobre o vazio que se tem vindo a criar entre os artistas e o público, ou seja entre os produtores e os fruidores dos valores artísticos. Esta mediação seria, pois, tanto mais necessária quanto se pretende que a arte seja acessível a toda a sociedade (Argan. 1988: 128).

Se a arte for acessível a toda a sociedade, o espírito questionante, curioso e inovador será acessível a toda a sociedade. Não será de mais reforçar que o recetor é um ser social, isto é, uma figura cujas capacidades intelectuais e emocionais se confrontam com os dados intelectuais e emocionais inscritos na obra de arte. Não será de mais reforçar que todos os recetores são potenciais criadores e que todos os criadores começaram por ser e continuam a ser recetores.

Ser-se recetor não será mais importante do que ser-se criador, nem está em questão uma competição epistemológica, no entanto, uma obra de arte só pode ser uma obra de arte, isto é, só tem existência social enquanto tal, quando a receção, também enquanto figura social, a valida. Qualquer obra de arte fica condicionada à existência de um recetor para completar a sua existência e esse recetor é sempre um estranho que não participou no génio artístico quando este se expressou na criação dessa obra.

O papel do recetor, mais ou menos crítico, mais ou menos questionante, não é intervir na produção da obra de arte nem interferir no trabalho do autor. A sua função

ganha relevo quando a obra tem já a sua forma definida. Um recetor pode trabalhar criticamente sobre uma obra sem modificar nada das razões que levaram o autor a assumir o seu trabalho como obra de arte, por isso nenhuma obra de arte nem nenhum autor estão dependes da existência eventual de um recetor. Apenas é igualmente certo que um recetor – principalmente quando é um recetor profissional, quando é um mediador – pode e deve acompanhar a última etapa do caminho da concretização da obra, que é ainda criação e já receção. Nesta etapa, a obra ganha lugar entre as que são artísticas, entre aquelas que como tal são reconhecidas socialmente. No entanto, se é verdade que a obra não tem uma dependência direta do recetor, o mesmo já não é válido na razão inversa, pois não há recetores sem previamente existirem obras para serem recebidas.

No processo de receção artística é necessário estabelecer uma relação entre a obra e o horizonte de expectativas do recetor perante a obra, pois todos os recetores estão condicionados por outras obras já recebidas e já reconhecidas socialmente enquanto tal.

6.3.2. O Prémio Literário José Saramago. Um caso exemplar de arte nova

Homenageando a figura do Nobel da Literatura, o Prémio José Saramago distingue uma obra literária de ficção, de autores com idade até aos 35 anos, cuja primeira edição tenha sido publicada em língua portuguesa num país da lusofonia. Tem o valor de 25 mil euros e periodicidade bianual. A Fundação José Saramago foi criada em 1995 com o objetivo de divulgar a cultura escrita e a literatura portuguesa e, em 1999, inicia a atribuição do Prémio Literário José Saramago, que se afirma desde o início como um dos mais importantes prémios literários em Portugal.

José Saramago foi também um escritor muito atento ao que se foi publicando nos últimos anos da década de 90 e nos primeiros anos do século XXI, pelo que o prémio com o seu nome surge numa altura em que, como ele próprio afirma, «a situação está a mudar. Aqui há uns anos, os editores tinham tanta fome de nomes novos que publicavam tudo aquilo que se lhes apresentava. [...] a quantidade não é solução. A qualidade, sim» (Saramago *apud* Marques. 2013: 105). E, quanto a autores jovens, é também ele que nos confronta, a nós, leitores, mais ou menos atentos, com a real

situação do que vai sendo feito por esta geração: «devemos ter cuidado com os nossos juízos, ao dizermos que não se publica nada de jeito, que isto é uma crise terrível. Enfim, a crise é nossa, porque não lemos as coisas» (Saramago *apud* Marques. 2013: 108).

As características deste prémio tornam as obras distinguidas um bom exemplo de arte nova. Neste estudo, concentrar-nos-emos nas obras portuguesas vencedoras deste prémio²⁷ – *Natureza Morta*, de Paulo José Miranda; *Nenhum Olhar*, de José Luís Peixoto; *Jerusalém*, de Gonçalo M. Tavares; *o remorso de baltazar serapião*, de Válder Hugo Mãe e *As Três Vidas*, de João Tordo.

Os seus autores pontuam os seus livros com intrigas e personagens claramente chocantes e agressivas, que muitas vezes provocam repulsa, mas nas quais encontramos o reflexo de nós próprios, seus leitores. E isso é terrível mas inevitável para o leitor atual. Na literatura e nas artes contemporâneas, o panorama poderá ser complexo e multifacetado, mas a expressão e representação de emoções têm um lugar privilegiado, embora seja um olhar frio a enquadrar emoções fortes.

As narrativas aqui referidas são fruto de um trauma e são muitas vezes traumáticas porque atingem diretamente o leitor, um leitor que deixa de poder ficar indiferente ao que lê e ao que o rodeia. Nesse sentido, estas obras são pedagógicas, obras que educam o leitor a ver a crua realidade que temos.

Muito do século XX é violento, aberrante e absurdo, e muito do mundo atual é justo depositário do legado herdado. Antes não fosse, mas os escritores aqui presentes sabem-no e não o escondem, pois, conforme afirma Manuel Frias Martins, referindo-se à tensão existencial entre o Eu do Autor e o mundo imediato, essa tensão «acaba por se figurar na *interpretação do mundo fixada no texto*» (Martins, Manuel Frias. 2001: 31).

O livro galardoado na primeira edição do Prémio José Saramago é da autoria de Paulo José Miranda (n. 1965) e intitula-se *Natureza Morta*. Do protagonista de *Natureza Morta*, João Domingos Bomtempo (1775-1842) pouco se sabe. É um compositor e pianista de projeção internacional e o narrador acompanha-o durante um regresso a Lisboa, em 1816, após dois anos de ausência. Bomtempo revisita com nostalgia os espaços do seu passado e olha o presente com tristeza, tanto o do seu país como o da sua capital e o do seu povo: «Cheiros nauseabundos que alimentam os muitos cães que sitiam a cidade, que a invadem» (Miranda. 1999: 38).

²⁷ Em 2015, o autor português Bruno Vieira Amaral recebeu este prémio com a obra *As Primeiras Coisas*. Não o contemplamos porque esta atribuição foi posterior à elaboração do presente estudo.

Em *Natureza Morta*, Portugal está num momento histórico decadente e por toda a obra se pressente a associação entre o estado de alma do país, de Lisboa, do povo e do protagonista. Bomtempo é o artista romântico, desamparado e deprimido que considera ser chegada «a hora de viver entre homens, entre a humanidade-pó das cidades. Assumir o morto-vivo» (Miranda. 1999: 20) que é. E este processo será assumido com resignação, não havendo nenhuma expectativa de que a situação, pessoal ou nacional, possa vir a melhorar. No entanto, ainda considera reagir de alguma forma, mudar a realidade, melhorá-la. «Havia ainda ingenuidades que o tentavam.» (Miranda. 1999: 58). Considera igualmente que tem de haver esperança, para si e para o mundo. «Algures nesta cidade terá de existir um sentido, alhures dentro de mim terá de existir uma reconciliação.» (Miranda. 1999: 67). No entanto, com o avançar da narrativa, Bomtempo vai perdendo toda a positividade: «Havemos todos de morrer vivos.» (Miranda. 1999: 93). É na arte que Bomtempo pensa encontrar a verdadeira salvação, «sentia a arte acima da própria vida. Mais: só esta poderia sustentar a vida, dar-lhe sentido» (Miranda. 1999: 100). Todavia, nem mesmo a arte é a solução e, através do olhar do protagonista, consta-se o fim da arte, o fim do país e do mundo, o próprio fim do protagonista. A incapacidade de agir e a inutilidade de reagir são uma constante ao longo de todo o romance.

O segundo romance português a receber o Prémio José Saramago, *Nenhum Olhar*, de José Luís Peixoto, é dividido em duas partes. Na primeira, José, a personagem principal, é pastor e vive num monte alentejano. No mesmo local mora a mulher que se tornará sua esposa. É órfã de mãe e, após a morte do pai, é estuprada mais de uma vez pelo gigante. Todos os habitantes da vila sabem disso, inclusive José. Na taberna do Judas, o demónio atormenta José, forçando-o a lembrar-se do estupro de sua mulher pelo gigante. Dilacerado por isso, duvida da paternidade do seu filho e, desesperançado, enforca-se numa azinheira. A cadela de José, aliada a outros cães, vingá-lo matando o gigante.

Na segunda parte, o filho de José, que também se chama José, é já adulto e vive no mesmo monte com a mãe. Também é pastor e, segundo o velho Gabriel, é igualzinho ao pai. O livro termina com a mulher de Salomão descobrindo que está grávida e dizendo para si própria que tem a morte dentro de si. O mundo acabou. E não ficou nada. Nenhum olhar.

As personagens, limitadas por um espaço-tempo adverso, impossibilitadas de comunicar, sem identidade própria, incapazes de crer no livre-arbítrio, revelam a

esmagadora miséria da condição humana. Em *Nenhum Olhar*, os diálogos não são abundantes e o olhar funciona como substituto das palavras e manifestação dos diversos não-ditos que atravessam o romance, responsáveis pelos equívocos que se geram na relação entre as personagens. Este facto é particularmente pertinente quando o relacionamos com o próprio título, pois a manifesta incomunicabilidade que grassa por todo o romance é ainda acentuada pelo facto de o título anular também a forma como as personagens transmitem mais ou menos inconscientemente o que sentem e não dizem. Esta fórmula também realça a importância do olhar onisciente do narrador através, principalmente, de frases-refrão que ou são repetidas ou evoluem subtilmente ao longo da intriga. A isto juntam-se temas soturnos que atravessam a própria constituição das personagens e definem a narrativa, como, por exemplo, a tentação maléfica, simbolizada na taberna, onde José é sistematicamente tentado pelo demónio. A morte é um tema de alguma forma sistematizado nas palavras que o velho Gabriel dirige ao pai de José: «o luto é-nos pesado nos ombros, amigo, mas quem foge dele será a sua maior vítima» (Peixoto, 2000: 82). O medo e a solidão que acompanham as personagens na gestão que tentam fazer de um e de outra. É mais uma vez o velho Gabriel quem lembra o pai de José desta evidência: «fazes o caminho que só se pode fazer sozinho e de noite [...] debaixo e sobre e entre o medo» (Peixoto, 2000: 82).

No caso de *Jerusalém*, de Gonçalo M. Tavares, importa partir de uma afirmação do seu autor: uma pessoa lúcida «não é alguém que vê claramente o mundo. Pode até ser o contrário. Muitas vezes investigar é um processo em que aquilo que nos parecia claro e evidente se torna mais obscuro, mais complexo» (Tavares *apud* Marques. 2013: 288). Gonçalo M. Tavares é certamente o escritor mais acutilante da sua geração e todos os seus livros são espelho da análise que o escritor faz do Homem e da sua presença no mundo. Como ele próprio afirma, pensar «é uma narrativa» (Tavares *apud* Marques. 2013: 306), e um livro sério «é um livro que quer interferir com as pessoas» (Tavares *apud* Marques. 2013: 309). Assim é *Jerusalém*, um romance negro em que um narrador inócuo nos convida a um mergulho tenebroso no mais profundo da mente humana.

Jerusalém faz parte da tetralogia O Reino, que inclui também *Um Homem: Klaus Klump*, *A Máquina de Joseph Walser* e o romance vencedor do Prémio do Melhor Livro Estrangeiro 2010 em França, *Aprender a Rezar na Era da Técnica*. Através de uma narrativa que muitas vezes se aproxima do microconto, explorando uma estrutura fragmentária, Gonçalo M. Tavares retrata um universo louco, cruel mas realista. Todas

estas narrativas se passam algures na Europa Central (sem identificação de país), e supostamente no século XX, embora também as datas não sejam especificadas.

O título do livro é inequivocamente mencionado por Mylia, que diz, citando a Bíblia, «Se eu me esquecer de ti, Jerusalém, que seque a minha mão direita.» (Tavares. 2004: 170). Mais tarde, a mesma personagem recupera esta citação: «Se eu me esquecer de ti, Georg Rosemberg, que seque a minha mão direita.» (Tavares. 2004: 200). Georg Rosemberg é o nome do hospício onde esteve internada, onde engravidou e deu à luz e onde a operaram sem o seu consentimento para que ficasse estéril. Esta referência ganha outros significados, porque é o esquecimento dos erros que permite que o mal se renove.

Quando jovem, Mylia casa-se com o prestigiadíssimo médico e investigador Theodor Busbeck, mas é esquizofrénica e o marido interna-a num hospício onde tem um encontro amoroso com Ernst. Desta relação, nasce um filho deficiente, Kaas, que o médico acolhe. Mais tarde, Mylia está às portas da morte e dão-lhe apenas alguns meses para viver, mas ela sobrevive muito mais do que o esperado. Hinnerk Obst, ex-combatente de guerra e fortemente traumatizado por isso, tem sempre consigo uma arma que desempenhará um importante papel na narrativa: uma noite, Kaas sai de casa para procurar o pai que, por sua vez, o deixara sozinho para se encontrar com Hanna, a sua prostituta preferida. Hinnerk encontra-o, engana-o, molesta-o e mata-o.

O retrato de uma realidade brutal faz-se com um discurso cru que não abre a possibilidade a hipotéticos comentários moralizantes, seja pela boca das personagens ou do próprio narrador. Os nomes das personagens remetem para a memória do Holocausto e para a relação carrasco-vítima. As ações descritas são sempre urgentes, situações-limite que se multiplicam, becos sem saída e sem humanidade. Um mundo tão duramente retratado visa provocar no Homem (o leitor) um espaço para a consciência crítica da sua ação na realidade, tornando impossível manter uma indiferença porque, tal como sintetiza Theodor Busbeck,

O próximo século será o da seriedade ou então perderemos tudo o que conquistámos, pensava Theodor. Se continuarmos a gastar a nossa energia criativa em divertimentos inúteis, em prostitutas e anedotas fáceis, em breve surgirá uma outra espécie animal, mais circunspecta e inapta para o bom humor, que tomará conta, em pouco tempo, das nossas instituições principais. (Tavares. 2004: 35)

Também Válder Hugo Mãe, autor da obra *o remorso de baltazar serapião*, vencedora em 2007, procura encontrar sentido(s) para o mundo e também ele tem uma perspectiva sólida do seu papel como escritor. Diz-nos: «A vida, a existência, o facto de estarmos aqui só faz sentido numa premissa de otimismo, com a ideia de deixarmos o mundo melhor, de deixarmos alguém melhor.» (Mãe *apud* Marques. 2013: 225) E acrescenta: «procuro fazer com que o leitor se compadeça com as personagens e que perceba que está a compadecer-se com as pessoas» (Mãe *apud* Marques. 2013: 226).

No entanto, estas opiniões não implicam que os seus livros e, principalmente, as suas personagens sejam a imagem óbvia deste *otimismo* e deste *compadecimento*. Tal pode acontecer (e acontece), mas por caminhos mais ínvios e literariamente mais interessantes, pois o que Válder Hugo Mãe nos dá a conhecer na sua obra é uma família de «pecadores de uma mesma praga. maleita nossa, nós, reunidos em família, haveríamos de nos destituir lentamente de toda a pouca normalidade» (Mãe. 2006: 9). Não fosse do nosso conhecimento que o uso de minúsculas é uma constante na obra de Válder Hugo Mãe e poderíamos defender que esta escolha serviria como uma forma de retratar a história de uma família em tudo minúscula, desde o seu lugar na sociedade medieval, que ajuda a retratar até à tacanhez dos seus valores e ações.

o remorso de baltazar serapião, narra a história de *baltazar serapião* e dos seus amores pela formosa ermesinda, com quem vem a casar e por quem se atormenta de ciúmes que terão consequências catastróficas. Este aspeto é central em toda a narrativa, como afirma o próprio baltazar, num diálogo com ermesinda: «existe amor entre nós, assim te aceitei por decisão de meu pai que quer o melhor para mim, mas deus quis que eu fosse este homem e tua a minha mulher, como tal está nas minhas mãos completar tudo o que no teu feitio está incompleto» (Mãe. 2006: 44). O modo como baltazar utiliza as suas mãos para completar tudo o que no teu feitio está incompleto é tão brutal que nem se considera possível, mesmo no contexto de uma Idade Média obscura e provinciana, sendo antes uma forma de acrescentar, pensamos nós, valor plástico à narrativa, mesmo que esta plasticidade seja repulsiva.

O único pecado desta família não é o tratamento que dão às suas mulheres. O pecado fundamental é simbolizado no tratamento especialmente atencioso que todos dão à vaca da família, sendo por isso apelidados de sargas. De tal forma assim é que, no enterro da mãe, as carpideiras «desimportadas com a morte da minha mãe, queriam mais verificar nossas patas de animal, nossos focinhos de boi, jeito horizontal de lombo,

nada natural em homens de parto normal» (Mãe. 2006: 76). Este aspeto animalesco e amaldiçoado é clarificado durante uma simbólica viagem que Baltazar faz com o irmão Aldegundes e Dagoberto, o amigo deste, à corte, onde o talentoso irmão iria ficar ao serviço do rei. Nunca chegaram ao seu destino e, num trágico regresso, a maldição que eles transportam intensifica-se «tudo naquele lugar se escureceu de vida. [...] e o chão, que era verde, em algum tempo acastanhou e assim se fez uma grande roda a partir de nós ao centro, uma roda que, mais tempo ali ficássemos, maior se tornaria» (Mãe. 2006: 138). Mesmo com tantas dificuldades conseguem regressar a casa e, somente nessa altura, Baltazar assume o remorso que, de tão significativo, dá título à obra.

Veremos agora como, de um muito diferente modo, João Tordo, em *As Três Vidas*, retrata o mundo e, conseqüentemente, o seu posicionamento ético enquanto escritor.

Em *As Três Vidas* um dos traços mais estruturantes de toda a narrativa está na presença simbólica do funambulismo, aliás, muito claramente enunciada na obra:

Era necessário agir, equilibrando a possibilidade da coragem com a possibilidade do fracasso, com a mesma determinação de um artista da corda bamba quando se entrega à tarefa de a atravessar: nunca, em ocasião alguma, deve olhar para a distância entre si e o solo, para que a possibilidade da queda não precipite a própria queda. (Tordo. 2008: 108)

O protagonista é um jovem comum que aceita um emprego misterioso numa casa com um ambiente e personagens soturnos. Significativamente a personagem que pratica funambulismo é a neta do patrão, Camila, por quem o protagonista se apaixona, e que desaparece, obrigando avô e protagonista a uma viagem até Nova Iorque. Nesta viagem muito do mistério deste patrão é desvendado ao protagonista, e, apenas por isso, ao ser agora detentor desta história, o protagonista não pode mais ser o mesmo de antes.

A terceira vida começa hoje, e entro nela procurando aceitar a que ficará para trás. Se eu fosse um homem diferente, com mais imaginação, talvez pudesse acreditar – e fazer-vos acreditar – que os mistérios que perpassaram esta narrativa irão, um dia, encontrar a sua resposta; estou convencido, contudo, de que muitas coisas permanecem eternamente veladas e, com o passar do tempo, aprendi a viver com esta resignação. (Tordo. 2008: 301)

Nas palavras de José Saramago «um livro é uma barca deitada ao mar, sem tripulação nem destino» (Saramago *apud* Marques. 2013: 104). Assim se explica o sucesso em maior ou menor escala dos livros/autores galardoados com este prémio, não deixando de ser surpreendente o facto de que a obra vencedora da primeira edição tenha passado praticamente despercebida, quando, para mais, é um dos romances vencedores formal e estilisticamente menos experimentais e, portanto, mais acessíveis. Outros romances claramente mais exigentes, como *Nenhum Olhar* ou *Jerusalém*, tiveram uma enorme repercussão na carreira dos seus autores.

Em todas as obras abordadas podemos inferir que o que nos é oferecido são as óticas dos seus autores relativamente aos temas e sentimentos tratados, mesmo que o façam por caminhos diversos. Todos estes romances incitam o leitor a refletir sobre os seus temas e sentimentos e, desta forma, incitam-no a questionar o seu olhar próprio sobre o mundo. É possível dizer-se que, em literatura, isto acontece sempre, mas estes autores pertencem a uma geração de transição entre séculos, uma geração formada no final do século XX mas que atua no século XXI. O século XX traz com ele uma pesada carga histórica e sociológica. Para Gonçalo M. Tavares, um livro do século XIX podia ser «ingenuamente otimista. [...] O século XX é um século que nos está a dizer que temos de estar atentos» (Tavares *apud* Marques. 2013: 298-299).

Recuperamos as palavras de Manuel Frias Martins como forma de reiterar este valor universal e permanente da literatura:

a literatura [...] fala (continua a falar) acerca de nós próprios, das nossas emoções, da nossa existência social nas várias circunstâncias da vida. [...] de um modo que não é acessível à filosofia nem à história, e através do qual nos devolve como que uma imagem em movimento da nossa condição de seres que operam escolhas morais nas nossas relações com os outros (Martins, Manuel Frias. 2001: 155).

Um dos agentes mais determinantes na construção do valor estético de uma obra é sem dúvida o prémio literário. Esta figura é particularmente eficaz no campo da literatura porque mesmo sendo atribuído vários meses após a saída de um livro, serve de alavanca ao sucesso desse mesmo livro e à restante obra do autor premiado. Ao contrário, noutros tipos de arte, os prémios, quando são atribuídos, raramente permitem

ao público rever as obras, servindo principalmente de alavanca à carreira do artista premiado e a uma melhor recepção das suas futuras obras.

No caso português, e muito embora este prémio se destine a reconhecer uma obra oriunda de qualquer país de língua oficial portuguesa, o Prémio Literário José Saramago distingue escritores jovens e são estes que, pelo menos em teoria, apontarão os futuros caminhos estéticos do campo literário nacional. Serão estes escritores e estes caminhos por eles inaugurados que farão a diferença no futuro gosto dos leitores que a eles acederem, e um prémio literário com estas características está privilegiadamente posicionado para alcançar este objetivo.

Temos, no entanto, de chamar a tenção para duas características deste prémio que podem colocar em risco este objetivo. A primeira tem a ver com o facto de, salvo raras exceções, as primeiras obras não serão as de maior qualidade, o que, num prémio que se destina a escritores até aos 35 anos, é relevante, pois as obras premiadas estão, na maior parte dos casos, entre as primeiras cinco obras do escritor premiado. Esta contingência pode levantar a questão de saber se se está a dar ao leitor comum uma obra de menor qualidade e, por esta via, estimular um tipo de gosto menos sofisticado, quando, para mais, um júri particularmente conceituado na cena académica nacional está a atribuir a essa obra um valor estético fora do comum.

A segunda característica é exatamente a constituição deste mesmo júri. Sendo certo que se trata de um conjunto de personalidades de inegável valor académico, e sendo igualmente certo que são personalidades possuidoras de inquestionáveis capacidades técnicas e teóricas, é certo também que são pessoas de gerações anteriores à geração dos aspirantes ao prémio. Este facto não é aqui focado como sendo negativo, mas é sempre um fator a ter em conta porque, por muito atualizados que estejam os elementos deste júri que advêm da academia, não trabalham no seu dia-a-dia académico com este tipo de obras, uma vez que a academia transmite prioritariamente obras já exaustivamente estudadas e testadas, consideradas de valor estético inquestionável. E se o valor destas obras é inquestionável, também é inquestionável que não pertencem ao que de mais recente se produz no campo literário nacional, o que permite levantar legitimamente a questão de saber se as obras às quais foi atribuído o Prémio Literário José Saramago traduzem a estética do que de melhor e mais atual se produz, ou se, pelo contrário, são obras que ainda obedecem às regras de um anterior código estético...

O mais certo é que a resposta a estas questões esteja num ponto de equilíbrio. As obras premiadas são sobretudo obras de transição entre diferentes gerações estéticas,

significando esta afirmação que as obras até agora premiadas circulam entre uma estética já instituída e uma estética nova. Este facto é aceitável para o que aqui se estuda, pois a construção do gosto não permite grandes saltos estéticos e tem de ser alcançada segundo degraus bem instituídos.

Por último, o prémio aqui tratado é atribuído a obras já publicadas, o que significa que a esmagadora maioria das obras presentes a concurso não prima também por ser particularmente inovadora, uma vez que, se a academia não é particularmente arrojada na estética que prestigia, muito menos o é o mundo editorial.

Para concluir esta reflexão sobre o papel do prémio literário na ascensão do autor e respetiva obra, principalmente quando se distingue a obra de um escritor jovem, mencionamos um caso exemplificativo da política perseguida pelos prémios. Como é sabido, Gonçalo M. Tavares recebeu quase todos os prémios portugueses que havia para receber com o seu romance *Jerusalém*. No entanto, o romance que fecha a tetralogia dos comumente chamados *livros pretos* – *Rezar na Era da Técnica* –, publicado em 2007, não recebeu nenhum dos prémios que tão unanimemente reconheceram *Jerusalém*, embora tenha recebido numerosos e prestigiados prémios internacionais. O que pode explicar esta situação? Os prémios nacionais poderão ter ignorado *Rezar na Era da Técnica* porque os respetivos regulamentos impediam a premiação do mesmo autor durante X anos, ou poderão ter considerado *Rezar na Era da Técnica* um romance inferior ou, simplesmente, porque não é suposto premiar o mesmo autor demasiadas vezes, por forma a manter o equilíbrio numa espécie de *volta* que é suposto os prémios nacionais fazerem aos autores do pequeno meio literário português já devidamente estabelecido pela crítica. No caso das muitas distinções no estrangeiro, podemos especular que *Rezar na Era da Técnica* surgiu num momento em que Gonçalo M. Tavares começa a ser reconhecido pela crítica, o que não aconteceria ainda no momento em que *Jerusalém*, ou que *Rezar na Era da Técnica* é manifestamente um romance superior a *Jerusalém* e os prémios internacionais, livres dos condicionalismos referidos para os prémios nacionais, puderam reconhecer isso mesmo.

CONCLUSÃO

Na generalidade, podemos presumir que o tema dos estudos culturais é a relação entre a palavra e o mundo. Entendo estes dois termos no seu sentido mais lato, por forma a que *palavra* possa abranger todas as formas de expressão textualizada e *mundo* signifique tudo, desde os meios de produção e de organização das vidas-mundos até às relações globalizadas de reprodução cultural (Appadurai. 2004: 75)

O mercado constrói e destrói *territórios de existência*, dependentes da constante criação de novas possibilidades de produção e de consumo. No entanto, nesse mesmo mercado é uma *mais-valia comercial* ser capaz de manter, a par dos novos produtos, uma certa personalidade, uma marca de confiança, uma identidade que reproduza o perfil das preferências de um determinado tipo de consumidor. Tais identidades definem-se pelos conteúdos que assinam e pela forma desses conteúdos, por um estilo que cumpra os requisitos, tanto da imagem de uma marca como das tendências do momento. Mantém-se, portanto, o princípio identitário, mas permite-se a inclusão de diversas *subjetividades*, produtos que podem começar por ser locais, ou glocais, mas que detêm a flexibilidade necessária para entrarem em mercados globalizados.

Assim, a entrada e a permanência no mercado está dependente de se ser portador de um certo *capital* que, para além de simbólico no tempo-espço em que foi criado e reproduzido, é também capaz de se adequar ao mercado global e a diferentes épocas. Esta flexibilidade está ao serviço das linhas de produção e comercialização empresariais, impelidas naturalmente pelo tempo ou artificialmente construídas para incrementar crescentes necessidades de consumo. Mas mesmo neste tempo-espço profundamente liberal, não é obrigatório produzir apenas *novidades* anestesiadas, sem sentido(s), totalmente destituídas de carácter.

Se alguma dose de *estranhamento* é uma característica obrigatória do que é novo, muito mais o é quando se fala do estranhamento de uma obra de arte nova. Mas todo o estranhamento é alvo de *processos de reconhecimento* ou não ganharia existência social. Nesse processo de reconhecimento é preciso apelar ao que já se conhece para

ultrapassar a fase de desestabilização, de desorientação, que é provocada por uma obra de arte nova. É também por isso que ela é apelativa.

No tempo presente todas as obras de arte são *bens culturais*, e os respetivos criadores, mediadores e recetores participam numa *conversa social*, mais ou menos esclarecida mas sempre múltipla, acerca das subjetividades, identidades ou inovações dessas obras. Todos esses agentes são mais ou menos detentores das gramáticas e literacias indispensáveis à participação nessa conversa. Uns sentir-se-ão estimulados, outros chocados, uns sentirão curiosidade, outros, repulsa, mas todos têm uma voz na criação de um sistema de valor que interpreta e julga cada obra de arte nova. É neste cenário que todos aqueles que criam, medeiam e recebem procuram traçar uma *cartografia do contemporâneo*, de modo a identificar os seus pontos de tensão e a fazer irromper aí a força de criação de outros mundos.

Esta *criação de mundos* é sempre um ato que transforma um caos num cosmos, um vazio inerte e inócuo numa existência significativa. A arte apela sempre ao devorar de um mundo velho para que, ao se alimentar dele, ela própria se constitua num *organismo novo*. Para que essa transformação ocorra, é sempre necessário digerir a matéria existente. Nunca estamos perante a criação do novo artístico a partir do zero, mas sim perante existências novas que resultam da ingestão, digestão e assimilação de existências anteriores.

O contexto atual de globalização e glocalização torna ainda mais determinante esta relação entre o que existe, ou seja, o que se conhece, e o novo, ou seja, o que se reconhece. Todavia, tanto a *democracia da criação* como a *democratização da receção* obedecem ainda a regras pouco democráticas, no primeiro caso, e pouco democratizantes, no segundo. Não obstante os progressos ocorridos ao longo da segunda metade do século XX, nem todos os criadores conseguem entrar e/ou manter-se no meio cultural e, assim, pertencerem à dinâmica das indústrias culturais e criativas, e a fruição de qualidade de obras de arte continua a estar reservada a uma elite.

No mundo da arte e da cultura prevalecem regras implícitas de reconhecimento e consagração que pouco ou nada têm de *igualdade de oportunidades*, seja para os criadores ou para os recetores. Até mesmo os mediadores padecem do mesmo problema, pois os ganhos reputacionais, imprescindíveis a que determinado mediador seja enquanto tal reconhecido, são alcançados por meios nem sempre claros ou idóneos. Em qualquer uma das posições do meio cultural – criador, mediador, recetor –, prevalece

um distanciamento tantas vezes intransponível entre a arte e as classes menos privilegiadas de uma sociedade.

Estamos já longe dos nichos de cúpula da sociedade medieval ou renascentista e dificilmente podemos afirmar que a arte não está acessível a uma grande maioria, pois as novas tecnologias de informação e comunicação colocam acervos de bibliotecas e de museus à distância de um clique. No entanto, a *qualidade do acesso* está ainda muito distante de ser a suficiente ou a desejada e, por isso, e no que respeita ao setor do livro, a leitura é ainda um ato elitista, muito embora, se procure assegurar o direito ao «elitismo para todos», única via possível para a realização do projeto democrático» (Jouanard. 2013: 57).

Também do lado da criação, a facilidade da divulgação das obras permitida pelas tecnologias de informação e comunicação não determina a facilidade de um criador se constituir enquanto tal. Porque a quantidade de artistas e de obras é sempre superior à disponibilidade dos mediadores para descobrirem, darem a conhecer e trabalharem com vista à consagração dessas obras e desses artistas. Porque o número de obras que chega aos recetores, que constituem o último elo desta cadeia de produção, é sempre muito diminuto em comparação com o grande número inicial de bens culturais. Muito embora o acesso cada vez mais abrangente às referidas tecnologias de informação e comunicação potencie a descoberta e a fruição diretas das obras pelos seus públicos, basta fazer uma rápida viagem pelo mundo virtual para nos apercebermos de que muito dificilmente haverá uma fruição de qualidade sem uma mediação, também ela de qualidade, entre a criação e a receção.

A figura da mediação, que em muitos destes contextos virtuais, deixa de ser uma terceira entidade para passar a ser exercida diretamente pelo criador e/ou pelo recetor é suficiente para que exista uma criação e receção socialmente reconhecidas? Dificilmente. Não será apenas porque o mercado funciona preferencialmente com uma figura de mediador individualizada. Será também porque a figura do mediador é aquela que pode dar corpo à democracia da criação e à democratização da receção. É dela que depende, em grande medida, o nível de qualidade tanto de uma como de outra, porque entre as suas principais funções está o seu contributo para aprimorar as próprias obras e a forma como elas chegam aos recetores. Assim é porque, sem a terceira entidade que é a mediação, tanto a criação como a receção dependem apenas de si próprias, sendo-lhes negado um *olhar técnico* que coloque perguntas à obra/autor e disponibilize soluções/respostas ao recetor. Além disso, a figura da mediação *faz*

acontecer o mercado, porque é ela que estabelece a fronteira entre a inexistência e a existência social das obras, entre o pré e o pós (re)conhecimento, marcando o irreversível momento em que a obra abandona a esfera privada do seu criador para se tornar pública.

Tornar uma obra pública é também sinónimo de dar entrada *oficial* no mercado. Só na interação com o mercado, autores e obras podem ser considerados enquanto tal e podem ver o seu valor atribuído e reconhecido.

O processo é difícil. O mercado da arte – talvez como qualquer outro – parece sempre estar sobrelotado, parece sempre estar a oferecer tudo o que existe para ser oferecido, parece sempre cumprir as necessidades reais ou artificiais dos seus públicos. Portanto, impor ao mercado um novo autor e um novo produto implica também impor um novo sistema de gostos, como lembra Pierre Bourdieu (2010: 184). Implica também a criação de um público que antes de conhecer determinada obra não pode saber que dela precisa.

As indústrias culturais e criativas atravessam diversos setores da economia (serviços, comunicação e comércio, por exemplo). A *cultura* representa os valores de indivíduos e de grupos, com uma estética e estilos de vida próprios. A *criatividade* é a capacidade de criar ou inventar e é um conceito muito amplo que abrange qualquer tipo de inovação. As indústrias culturais e criativas contemplam principalmente bens que se regem pelo princípio do «ninguém sabe», porque ninguém sabe se o produto criado vai encontrar público ou não. É, no entanto, certo que os bens culturais se caracterizam por dois tipos de valor: o valor comercial e o valor simbólico, sendo que o último está, em princípio, englobado no primeiro.

Um código deontológico para o mediador cultural

Serve o presente «Contributo para um código deontológico do mediador cultural» para (re)lembrar profissionais e comunidade do impacte que as ações de um mediador cultural tem no Outro, que a sua atividade profissional não é inócua, como esperamos ter ficado claro ao longo da reflexão que agora termina.

Não é nosso objetivo propor que a mediação cultural passe a constituir uma classe profissional do tipo *corporativo* nem sugerir que a ação do mediador cultural seja

alvo de *supervisão* e, portanto, esteja sujeita a sanções. Apenas pretendemos contribuir para a autorreflexão de todos os profissionais que desempenham funções de mediação cultural. Nunca é simples distinguir o bem do mal, um comportamento correto de um incorreto, mas os princípios éticos de um mediador cultural não podem resumir-se ao «só faço o que me mandam» ou ao «não me deixam fazer isso». Um mediador cultural nunca é apenas um *quadro* de uma empresa ou instituição com funções meramente executivas. Mesmo que, aparentemente, não seja um decisor, todo o mediador cultural toma pequenas e grandes decisões na sua rotina profissional que interferem com o que é tornado público (*publicado*) ou o modo como um determinado bem cultural é criado, produzido, divulgado e recebido. Na complexa cadeia da mediação cultural não há lugar para profissionais, e respetivas decisões e modos de ação, *inocentes*.

Quanto mais cedo os mediadores culturais tomarem consciência de que o seu trabalho tem uma influência decisiva nos níveis de conhecimento, desenvolvimento e (porque não?), de felicidade das comunidades em que atuam, maior será a probabilidade de se sentirem responsáveis pelos bens culturais que viabilizam. Entre um *mau* e um *bom* produto há um espectro largo de realidades que, entre outras, contabiliza a viabilidade financeira dos produtos, mas esta não pode ser a única realidade a ter em conta. O argumento principal para a escolha de bens culturais – em contexto empresarial, recordamos – não pode ser «fazemos isto porque é disto que o público gosta». Esse argumento só permite a decadência do gosto, o nivelamento do gosto por baixo, e não considera o outro lado da moeda: o público pode gostar do que é bom se não for exposto apenas ao que é mau.

Os riscos de podermos ser considerados elitistas são grandes, mas assumimo-los desde já. Em nossa defesa, utilizamos um argumento tradicional do capitalismo neoliberal, o mesmo que rege grande parte das indústrias culturais e criativas: queremos ser ricos. Também nós procuramos a riqueza (artística e científica); a única diferença é que ninguém tem de ser pobre para que nós possamos ser ricos.

Contributo para um código deontológico do mediador cultural²⁸

1. O mediador cultural deve reger-se por princípios de rigor e honestidade.
2. O mediador cultural deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar o plágio e a cópia ilegal como graves faltas profissionais.
3. O mediador cultural deve lutar contra as restrições no acesso à cultura e à arte e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e de receção. É obrigação do mediador cultural divulgar as ofensas a estes direitos.
4. O mediador cultural deve utilizar meios leais para obter autores e obras e proibir-se de abusar da boa-fé de quem quer que seja. A sua ação só pode justificar-se por razões de incontestável interesse público.
5. O mediador cultural deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e atos profissionais, assim como promover a pronta retificação das ações que se revelem em conflito com o presente documento. O mediador cultural deve também recusar atos que violentem a sua consciência.
6. O mediador cultural deve usar como critério fundamental a substância cultural dos bens que torna públicos. O mediador cultural não deve desrespeitar a confiança de autores e públicos nem os compromissos assumidos.
7. O mediador cultural deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas e obras em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou género.
9. O mediador cultural deve respeitar a privacidade dos autores. O mediador cultural obriga-se, antes de tudo, a atender às necessidades de autores e públicos.
10. O mediador cultural deve recusar funções, tarefas e benefícios suscetíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional. O mediador cultural não deve valer-se da sua condição profissional para interferir em áreas em que tenha interesse.

²⁸ As semelhanças entre este Contributo e o Código Deontológico dos Jornalistas não é uma coincidência.

OBRAS CITADAS

- Adler, Mortimer J. 1954. *A Arte de Ler*. Rio de Janeiro: Livraria Agir Editora. Trad. Inês Fortes de Oliveira.
- Adorno, Theodor W. 2003. *Sobre a Indústria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novus. Trad. Artur Morão.
- Agenda 21 da Cultura. Cidades e governos locais unidos*. 2006. www.agenda21culture.net. Acesso: 15/1/2012.
- Alfaro, José. 2009. «Algumas linhas sobre a nobre profissão de empregado de limpeza (a quem alguns também chamam escravo, capacho ou revisor)». <http://blogtailors.blogspot.pt>. Acesso: 4/1/2014.
- Andresen, Sophia de Mello Breyner. 2003. *Livro Sexto*. Lisboa: Caminho.
- Annual Report*. 2014. International Publishers Association. www.internationalpublishers.org. Acesso: 13/12/2015.
- Appadurai, Arjun. 2004. *Dimensões Culturais da Globalização. A modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema. Trad. Telma Costa.
- Araújo, Jorge. 2009. *Ser Treinador*. Alfragide: Texto.
- Argan, Giulio Carlo. 1988. *Arte e Crítica de Arte*. Lisboa: Estampa. Trad. Helena Gubernatis.
- Augé, Marc. 2005. *Não-Lugares. Introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Lisboa: 90º Editora. Trad. Maria Lúcia Pereira.
- Austrália. Nação criativa*. 1994. <http://apo.org>. Acesso: 4/9/2015.
- Azeredo, Rui. 2009. «José Afonso Furtado. Entrevista.» <http://portalivros.wordpress.com>. Acesso: 5/2/2012.
- Bachelard, Gaston. 1972. *A Psicanálise do Fogo*. Lisboa: Estúdios Cor. Trad. Maria Isabel Braga.
- Baleiro, Rita. 2011. «A definition of literary literacy: a content analysis of literature syllabuses and interviews with portuguese lecturers of literature». *TOJNED: The Online Journal of New Horizons in Education*. Outubro.
- Baptista, Abel Barros. 2014. «“Vem de longe a marca do suporte material”: Uma entrevista com João Luís Lisboa». *Impactum*. Coimbra University Press.

- Barbosa, Pedro Gomes. 2008. «O imaginário do homem medieval: entre os nossos medos e os nossos desejos». *Utilizações contemporâneas de ignorâncias sedimentadas (história do sagrado e do profano)*. Lisboa: Colibri/C. M. Torres Vedras/instituto Alexandre Herculano.
- Barthes, Roland. 1999. *Crítica e Verdade*. Lisboa: Edições 70. Trad. Leyla Perrone-Moisés.
- Baudrillard, Jean. 1995. *O Crime Perfeito*. Lisboa: Relógio d'Água. Trad. Aníbal Alves.
- Becker, Howard. 1982. *Art Worlds*. Londres: University of California Press.
- Beja, Rui; Santos, Jorge Alves dos e Santos, Jorge Augusto dos. 2014. *Comércio Livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*. José Soares Neves (coord.). Lisboa: APEL e CIES-IUL.
- Benhamou, Françoise. 1997. *Statut et financement du secteur culturel. Un état des débats. Le Privé et le Public*. Paris: Association Française de Philosophie du Droit.
- Benhamou, Françoise. 2004. *L'économie de la culture*. Paris: La Découverte.
- Benjamin, Walter. 1992. *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*. Lisboa: Relógio d'Água. Trad. Maria Luz Moita.
- Bhabha, Homi. 2008. *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: UFMG. Trad. Miriam Ávila.
- Bloom, Harold. 1997. *Cânone Ocidental*. Lisboa: Círculo de Leitores. Trad. Manuel Frias Martins.
- Bloom, Harold. 2001. *Como Ler e Porquê*. Lisboa: Caminho. Trad. Clara Rowland.
- Bourdieu, Pierre. 1989. *O Poder Simbólico*. Lisboa e Rio de Janeiro: Difel e Editora Bertrand. Trad. Fernando Tomaz.
- Bourdieu, Pierre. 2010. *As Regras da Arte. Gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras. Trad. Maria Lucia Machado.
- Bourgois, Christian. 2013. «O futuro do livro continua a ser o livro». Lisboa: *Ler*, jan. Trad. Sofia Gomes.
- Brites, Andreia. 2013. «Literatura digital e leitura virtual». *Blimunda*, n.º 9. Fundação José Saramago. <https://blimunda.josesaramago.org>. Acesso: 4/4/2015.
- Burrow, J. A. 1982. *Writers, Audiences, and Readers. Medieval writers and their work*. Oxford: OUP.
- Calasso, Roberto. 2013. *La marca del editor*. Barcelona: Editorial Anagrama. Trad. Edgardo Dobry.
- Canclini, Néstor García. 2008. *Culturas Híbridas*. São Paulo: EDUSP. Trad. Ana Regina Lessa e Heloísa Rezza Cintrão.

- Carruthers, Mary. 1990. *The Book of Memory. A Study of Memory in Medieval Culture*. Cambridge, CUP.
- Castells, Manuel. 2002. *A Era da Informação: A sociedade em rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. Trad. José Manuel Paquete de Oliveira e Gustavo Cardoso.
- Chartier, Roger. 1997. *A Ordem dos Livros*. Lisboa: Vega. Trad. Leonor Graça.
- Chevalier, Jean e Gheerbrant, Alain (org.). 2010. *Dicionário dos Símbolos*. Lisboa: Teorema. Trad. Cristina Rodriguez e Artur Guerra.
- CITI. www.citi.pt. Acesso: 30/6/2017.
- Conde, Idalina. 2009. *Arte e Poder*. Lisboa: CIES-IUL.
- Conde, Idalina. 2014. *Reconhecimento, Mediações e Elite. Incursões na arte contemporânea*. 2.^a Parte. Lisboa: CIES-IUL.
- Convenção Colectiva de Trabalho*. 2005. www.apel.pt. Acesso: 4/6/2012.
- Cortina, Adela. 2000. *Ética Mínima*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Cortina, Adela. 2001. *Ciudadanos del Mundo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Costa, Sara Figueiredo. 2012. *Fernando Guedes. O decano dos editores portugueses*. Lisboa: Booktailors.
- Costa, Sara Figueiredo. 2013. *Carlos da Veiga Ferreira: Os editores não se abatem*. Lisboa: Booktailors.
- Coutinho, Isabel. 2014. «Os novos tempos da Feira do Livro de Frankfurt». *Ciberescritas*. <https://ciberescritas.wordpress.com>. Acesso: 2/9/2015.
- Crick, Julia e Walsham, Alexandra. 2004. *The uses of script and print, 1300-1700*. Cambridge University Press.
- Declaração Universal de Direitos Humanos*. 1948. UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org>. Acesso: 3/11/2011.
- Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. 2002. UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org>. Acesso: 3/11/2011.
- Deleuze, Gilles e Guattari, Felix. 2000. *Mil Platôs*. São Paulo: Editora 34. Vol. I. Trad. Ana Lúcia de Oliveira.
- Dewey, John. 2010. *Arte como Experiência*. São Paulo: Martins Fontes. Trad. Vera Ribeiro.
- Dionísio, João. 2007. «*Criticus fit*». *Veredas*, n.º 8. Porto Alegre: Associação Internacional de Lusitanistas.
- Dionísio, João. 2008. «A biblioteca digital da Faculdade de Letras. Em busca da trivialidade». www.goethe.de. Acesso: 14-3-2015.

- Duarte, João Ferreira. 2006. *A Lição do Cânone. Uma reflexão dos estudos literários*. Lisboa: Centro de Estudos Anglisticos da Universidade de Lisboa e Edições Colibri.
- Durkheim, Émile. 1955. *Educação e Sociologia*. São Paulo: Edições Melhoramentos. Trad. Lourenço Filho.
- Eco, Umberto. 1986. *A Definição da Arte*. Lisboa: Edições 70. Trad. José Mendes Ferreira.
- Eco, Umberto. 1987. *A Estrutura Ausente*. São Paulo: Editora Perspetiva. Trad. Marco Luchési.
- Faria, Maria Isabel e Pericão, Maria da Graça. 2008. *Dicionário do Livro. Da escrita ao livro electrónico*. Coimbra: Almedina.
- Felinto, Erick. 2007. «Sem mapas para esses territórios: a cibercultura como campo de conhecimento». Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro. <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br>. Acesso: 9/2014.
- Fernandes, Isabel. 2009. «Os estudos literários no séc. XXI: o passado próximo, a crise e o próximo». *Próximo Futuro*. Fundação Calouste Gulbenkian. www.proximofuturo.gulbenkian.pt. Acesso 12/3/2014.
- Freeman, John. 2013. *Como Ler um Escritor*. Lisboa: Tinta-da-China. Trad. Ana Falcão Bastos e Susana Sousa e Silva.
- Furtado, José Afonso. 2007. «Fractura digital e literacia: reequacionar as questões do acesso». *Comunicação & Cultura*, n.º 3. Lisboa: Universidade Católica.
- Furtado, José Afonso. 2009. *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors.
- Gardner, Howard. 1994. *Estruturas da Mente: a Teoria das Múltiplas Inteligências*. Porto Alegre: Artes Médicas. Trad. Maria Adriana Veríssimo Veronese.
- Gassett, José Ortega y. 2003. *A Desumanização da Arte e Outros Ensaios de Estética*. Lisboa: Almedina. Trad. Miguel Serras Pereira.
- George, João Pedro. 2013. *O que É um Escritor Maldito?* Lisboa: Babel.
- Gillen, Julia e Barton, David. 2010. *Digital literacies*. Universidade de Londres.
- Gonçalves, Sofia Figueiredo. 2013. *Página enquanto heterotopia ou espaço de convergência do design com a edição*. Tese de doutoramento. Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas-Artes.

- Graeber, David. 2013. «On the phenomenon of bullshit jobs». *Strike!* 17 de Agosto. <http://strikemag.org>. Acesso 16/4/2016.
- Guattari, Felix. 1992. *Caosmose, um novo paradigma estético*. São Paulo: Editora 34. Trad. Ana Lúcia Oliveira e Lúcia Cláudia Leão.
- Habermas, Jürgen. 2010. *O Discurso Filosófico da Modernidade*. Alfragide: Texto Editores. Trad. Ana Maria Bernardo et al.
- Hatherly, Ana. 1979. *O Espaço Crítico. Do Simbolismo à Vanguarda*. Lisboa: Caminho.
- Henriques, Joana Gorjão. 2008. «Editores que melhoram os livros». Lisboa: *Público, Ípsilon*, 14/3.
- Hesmondhalgh, David e Pratt, Andy C. 2004. «Cultural industries and cultural policy». *International Journal of Cultural Policy*, n.º 11. Londres.
- Jauss, Hans Robert. 1993. *A Literatura como Provocação*. Lisboa, Vega. Trad. Teresa Cruz.
- Jouanard, Gil. 2013. *Do Livro e da Cultura*. Lisboa: Gradiva. Trad. Miguel Graça Moura.
- Kant, Immanuel. 2011. *Crítica da Razão Pura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. Trad. Manuela Pinto dos Santos e Alexandre Fradique Morujão.
- Lahire, Bernard. 2005. «Patrimónios individuais de disposições. Para uma sociologia à escala individual». *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 49. Lisboa: ISCTE-UL. Trad. Jussara Rowland.
- Lahire, Bernard. 2008. «Diferenças ou desigualdades: que condições sócio-históricas para a produção de capital cultural?» *Fórum Sociológico*, II Série, n.º 18. Lisboa: FCSH-UNL. Trad. Sofia Lai Amândio.
- Lahire, Bernard. 2013. «O singular plural». *Cadernos do Sociófilo*. Rio de Janeiro: Universidade Estadual. Trad. Thiago Panica Pontes.
- Latouche, Serge. 2012. *Pequeno Tratado do Decrescimento Sereno*. Lisboa. Edições 70. Trad. Victor Silva.
- Leão, Andréa Borges. 2009. «Como fazer uma sociologia da singularidade? Autoria e campo literário». *Estudos de Sociologia. Araraquara*, v. 14, n.º 27.
- Letria, José Jorge. 2014. *Sem Autores Não Há Cultura. Reflexões sobre o direito de autor e a cultura*. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Autores.
- Lipovetsky, Gilles e Serroy, Jean. 2014. *O Capitalismo Estético na Era da Globalização*. Lisboa: Edições 70. Trad. Luís Filipe Sarmiento.

- Livro Verde. Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*. 2010. Bruxelas: Comissão Europeia. <http://addict.pt>. Acesso: 15/1/2012.
- Lubart, Todd. 2007. *Psicologia da Criatividade*. Porto Alegre: Artmed. Trad. Márcia Conceição.
- Luhmann, Niklas. 2001. *A Improbabilidade da Comunicação*. Lisboa: Veja. Seleção e apres. de João Pissarro. Trad. Anabela Carvalho.
- Liotard, Jean-François. 1989. *A Condição Pós-Moderna*. Lisboa: Gradiva. Trad. José Bragança de Miranda.
- Mãe, Valter Hugo. 2006. *o remorso de baltazar serapião*. Lisboa: QuidNovi.
- Mãe, Valter Hugo. 2016. «Ser editor. Autobiografia imaginária». Lisboa. *JL*, nov.
- Manguel, Alberto. 2006. *O Participante Secreto. No bosque do espelho*. Lisboa: Dom Quixote. Trad. Margarida Santiago.
- Manguel, Alberto. 2010. *Uma História da Leitura*. Barcarena: Editorial Presença. Trad. Ana Saldanha.
- Marques, Carlos Vaz. 2013. *Os Escritores (também) Têm Coisas a Dizer*. Lisboa: Tinta-da-China.
- Marques, Susana Moreira. 2014. «Um lugar para estar com o resto do mundo. Entrevista com João Luís Lisboa». Lisboa: *Público*. 29 de dezembro. www.publico.pt. Acesso: 2/2/2015.
- Martin, Jean-Clet. 2010. *100 Filósofos. De Aristóteles a Wittgenstein*. Alfragide: Teorema. Trad. Carlos Correia Monteiro de Oliveira.
- Martinho, Teresa Duarte. 2008. «Agentes e profissões culturais. Balanço de um levantamento bibliográfico». <http://cies.iscte-iul.pt>. Acesso 5/5/2012.
- Martins, Jorge Manuel Passos. 2011. *A Literatura na Escola: concepções, práticas e recepção pelos alunos – Um estudo de caso da realidade portuguesa*. Braga: Universidade do Minho.
- Martins, Manuel Frias. 1993. *Matéria Negra. Uma teoria da literatura e da crítica literária*. Lisboa: Cosmos.
- Martins, Manuel Frias. 2001. *As Trevas Inocentes*. Lisboa: Aríon.
- Martins, Manuel Frias. 2014a. «Literatura, regimes da verdade e cibercultura». *Suplemento Colóquio/Letras* n.º 186 (mai-ago). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Martins, Manuel Frias. 2014b. *A Espiritualidade Clandestina de José Saramago*. Lisboa: Fundação José Saramago.

- Marx, Karl. 1996. *O Capital*. São Paulo: Editora Nova Cultural Lda. Trad. Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. Vol. I.
- Mateus, Augusto & Associados. 2009. *O Sector Cultural e Criativo em Portugal. Sumário executivo*. Lisboa: GPEARI/MC.
- Mateus, Augusto & Associados. 2016. *A Economia Criativa em Portugal. Relevância para a competitividade e internacionalização da economia portuguesa*. s/l: Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas.
- McKenzie, D. F. 1986. *Bibliography and the sociology of texts*. Londres: The British Library.
- McLuhan, Marshall. 1977. *A Galáxia de Gutenberg: A formação do homem tipográfico*. São Paulo: Companhia Editora Nacional. Trad. Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira.
- McLuhan, Marshall. 2008. *Compreender os Meios de Comunicação – Extensões do Homem*. Lisboa: Relógio d'Água. Trad. José Miguel Silva.
- Miranda, Paulo José. 1999. *Natureza Morta*. Lisboa: Cotovia.
- Montesquieu, Charles-Louis. 2001. *Essai sur le goût*. Collection électronique de la Bibliothèque Municipale de Lisieux. <http://www.bmlisieux.com>. Acesso: 13/12/2011.
- Morais, José. 2010. «Entrevista». *Noesis*, n.º 80, jan./mar.
- Nascimento, Aires A. 2010. «O livro manuscrito: um mundo em aberto (em jeito de testemunho e de balanço)». *Coleção Conferências da Univ. Verão: Módulo de Textus. As fontes manuscritas medievais e do início da idade moderna*, n.º 2. Porto. Universidade do Porto.
- Navarro, Joe. 2011. *O Corpo Não Mente*. Alfragide: Estrela Polar. Trad. Mara A. Campos.
- Neves, José Soares e Santos, Jorge Alves dos. 2010. *Edição e Comercialização de Livros em Portugal: Empresas, volume de negócios e emprego (2000-2008)*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais (OAC).
- Neves, José Soares, Lima, Maria João e Borges, Vera. 2008. *Práticas de Promoção da Leitura nos Países da OCDE*. Lisboa: Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE).
- Neves, José Soares, Santos, Jorge Alves dos e Lima, Maria João. 2012. *Estatísticas Culturais do Ministério da Cultura 2010*. Lisboa: Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais (GEPAC) e Observatório das Atividades Culturais (OAC).

- Neves, José Soares. 2008. «A leitura em Portugal: perfis e tipos de leitores». *Atas do VI Congresso Português de Sociologia*. Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia.
- Neves, José Soares. 2015. «Cultura de leitura e classe leitora em Portugal». *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 78. Lisboa: ISCTE.
- Norton, Scott. 2009. *Developmental Editing*. The University of Chicago Press.
- Peixoto, José Luís. 2000. *Nenhum Olhar*. Lisboa: Temas & Debates.
- Pereira, José Albino (org. e notas). 2010. *José Rodrigues Miguéis/José Saramago. Correspondência 1959-1971*. Alfragide: Caminho.
- Perez, Sylvie. 2006. *Un couple infernal. L'écrivain et son éditeur*. Paris: Bartillat.
- Perniola, Mario. 2004. *Contra a Comunicação*. Lisboa: Teorema. Trad. Manuel Ruas.
- Peters, Michael A. e Araya, Daniel (coord.). 2010. *Education in the creative economy knowledge and learning in the age of innovation*. Londres: Peter Lang.
- Plano Nacional de Leitura. <http://www.planonacionaldeleitura.gov.pt>. Acesso: 8/12/2011.
- Relatório das Nações Unidas de Economia Criativa 2010: Economia criativa, uma opção de desenvolvimento*. 2012. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc.; São Paulo: Itaú Cultural.
- Ribeiro, Tânia Pinto. 2016. «Ivo Castro em entrevista – Só os não-escolarizados e os escritores podem mudar pontualmente uma língua». *Prelo*. <http://prelo.incm.pt>. Acesso 12/7/2016.
- Ricoeur, Paul. s/d. «O que é um texto?» *Do texto à acção: Ensaio e hermenêutica II*. Lisboa: Rés. Trad. Alcino Cartaxo e Maria José Sarabando.
- Rodari, Gianni. 2006. *Gramática da Fantasia. Introdução à arte de inventar histórias*. Lisboa: Caminho. Trad. José Colaço Barreiros.
- Rodrigues, Ernesto. 1999. *A Cultura Literária Oitocentista*. Porto: Lello Editores.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.). 2005. *Contribuições para a Formulação de Políticas Públicas no Horizonte 2013 Relativas ao Tema Cultura, Identidades e Património*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e Observatório das Atividades Culturais.
- Santos, Maria João Nicolau. 2004. «Gestão de recursos humanos: teorias e práticas». *Sociologias*. Porto Alegre. Ano 6, n.º 12.
- Sapiro, Gisèle. 2004. «Elementos para uma história do processo de autonomização o exemplo do campo literário francês». *Tempo Social (USP)*, junho. Trad. de Sergio Miceli e Evania Guilhon.

- Sapiro, Gisèle. 2014. *La Sociologie de la Littérature*. Paris: La Découverte.
- Schiller, Friedrich. 1994. *Sobre a Educação Estética do Ser Humano numa Série de Cartas e Outros Textos*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda. Trad. Teresa Rodrigues Cadete.
- Serres, Michel. 2005. *Ramos*. Almada: Edições Piaget. Trad. Gabriela Vaz.
- Silva, Augusto Santos. 2003. «Como classificar as políticas culturais? Uma nota de pesquisa». *OBS* n.º 12. <http://www.oac.pt>. Acesso: 4/2/2013.
- Silva, Augusto Santos. 2005. «Como financia o Estado as actividades culturais?» *OBS* n.º 14. <http://www.oac.pt>. Acesso: 4/2/2013.
- Silva, Catarina e Madureira, Marta. 2010. «A reconfiguração do livro e a regulação da leitura». *Atas do I Congreso Internacional Comunicación 3.0*. Universidade de Salamanca.
- Silva, José Mário Silva. 2012. «Vem aí o e-book... Deito fora os meus livros?» *Ler*, nov. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Tavares, Gonçalo M. 2014. *Jerusalém*. Alfragide: Caminho.
- Teixeira, Luís Filipe B. 2007. «Crítico Ludológico e Novos Média Plurais». *Revista Pluridisciplinar UNEB*, vol. 1, n.º 2.
- The Book Sector in Europe: Facts and Figures*. 2017. s/l. Federation of European Publishers.
- The Economy of Culture in Europe*. 2006. s/l. European Commission.
- The EU Publishing Industry: An assessment of competitiveness*. 2003. Luxemburgo: Comissão Europeia. PIRA Internacional.
- Tojo, Carmen María Pomar. 2011. «Una perspectiva integral de la superdotación». <http://www.aneis.org>. Acesso: 8/11/3015.
- Tordo, João. 2008. *As Três Vidas*. Lisboa: QuidNovi.
- Uzane, Octave. 2010. *O Fim dos Livros*. Lisboa: Palimpsesto. Trad. Jacinta Gomes.
- Vale, Francisco. 2009. *Autores, Editores e Leitores*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Volpe, Galvano della. 1970. *Crítica do Gosto*. Lisboa: Presença. Trad. António Ribeiro. 2 vols.
- Volpe, Galvano della. 1974. *Crítica da Ideologia Contemporânea*. Lisboa: Estampa. Trad. Manuel Braga da Cruz.
- Weffort, Alexandre Branco (org.). 2007. *A Canção Popular Portuguesa em Fernando Lopes-Graça*. Alfragide: Caminho.

Window, Pedro e Salgado, Ana M. 2013. «Papel do professor na identificação e acompanhamento de crianças sobredotadas». *Atas do XII Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia*. Braga: Universidade do Minho.

Wittgenstein, Ludwig. 2011. *Tratado Lógico-Filosófico. Investigações Filosóficas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. Trad. M. S. Lourenço.

Wood, James. 2010. *A Mecânica da Ficção*. Lisboa: Quetzal. Trad. Rogério Casanova.

APÊNDICE

O caso da relação do editor José Saramago e do escritor José Rodrigues Miguéis

Neste apêndice propomos apresentar da forma mais crua possível o fantástico livro intitulado *José Rodrigues Miguéis/José Saramago. Correspondência 1959-1971*, com organização e notas de José Albino Pereira (Caminho. 2010). A correspondência mantida entre José Rodrigues Miguéis e José Saramago é referente ao período em que este último exercia as funções de diretor literário na Editorial Estúdios COR, a editora onde o primeiro publicava a sua obra. Optamos por não introduzir o nosso discurso entre os excertos citados, reduzindo a nossa ação à sua seleção. Pelo mesmo motivo, limitamo-nos a respeitar a linha temporal das cartas, certos de que os exemplos selecionados ilustram da melhor forma o que procurámos defender ao longo deste estudo. Para facilitar a leitura, não colocamos nem aspas nem o texto recolhido. Sentimos apenas gratidão por a celebridade de ambos ter permitido que esta obra fosse publicada, pois consideramos que qualquer editor se reverá nestas cartas.

A revisão da *Noite* (veremos se «rigorosa e meticulosa») [...]. Conclua daqui que é inteiramente minha a responsabilidade das tolices que, por desgraça, possam ter passado. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 16)

Cada folha do livro que me passa pelas mãos é um suor frio: estou sempre à espera duma daquelas gralhas sorrateiras, gralhas de pezinhos de lã, que só picam quando já estamos irremediavelmente manietados. [...]. Entregues as provas, dizem-me de lá: nós fazemos as emendas que ainda apareceram, fique o senhor descansado que não há de haver novidade, etc., etc. Não há de haver!... Pois não, que não havia!... Eu tinha concordado, mas às tantas dá-me o coração um baque: puxo do telefone e digo: não senhor, quero provas de todas as páginas com emendas! Que talvez não valesse a pena, que a máquina estava parada, à espera. Esse argumento da máquina parada, que sempre me comove, deixou-me insensível. Insisti. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 18)

Do que NÃO me diz depreendo que a *Noite* amanhecerá um pouco mais tarde... Estou ansioso por vê-la. [...]. Estou certo de que a sua revisão da *Noite* é primorosa! (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 20-21)

A *Noite*, embora pronta há mais de 15 dias, só começará a ir para as livrarias na próxima 5.^a feira, 29, por conveniência de distribuição, pois acabou-se agora a segunda edição de um livro do Graham Greene. [...]. A capa da *Noite* não saiu como se esperava. Faltam na figura certos pormenores que a impressão borrou. [...]. Estarei atento às notícias e críticas que a *Noite* suscitar. E mandar-lhas-ei (Saramago *apud* Pereira. 2010: 22)

Ninguém poderia simpatizar mais com os seus labores do que eu! (no sentido inglês de compadecer: *sympathy*) E, já o sabe pela minha carta, a sua revisão foi magistral. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 23)

Só me falta saber se os meus Amigos querem manter as condições do contrato original (15%) ou adotar as dos outros: 15% e 20%. Não faço disto cavalo de batalha, mas a minha franca impressão é que daqui em diante vou «funcionar» para a COR — escritor engajado! — e como tal não me desagradaria subir uns pontos na renda... (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 24)

Fiquei derretido com a novidade da 3.^a edição. Mas será imperativo que ela tenha o mesmo aspeto gráfico? (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 24)

Há porém GRALHAS que me escaparam na 2.^a ed. (e algumas emendas a fazer) (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 24)

Recebi as suas duas listas de emendas, que observarei escrupulosamente na revisão. E por falar em revisão: a gralha única que me apontou na *Noite* (será possível, justos céus?) não é da minha responsabilidade. Já que os seus elogios me envaideceram, quero ser vaidoso até ao fim. Não toquei no «estrépido», apesar do meu OLHO de lince o não ter deixado escapar, porque a primeira prova, ainda revista por si, não acusava a emenda. Como as duas formas são legítimas, supus o «estrépido» intencional — e

deixei ficar. Limitei-me, como vê, a respeitar o que julguei ser a sagrada vontade do Autor. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 25)

Eu atrevi-me a emendar para «não tem o juízo todo» — e assim acabou-se o *quipaiorosca* a frase menos expressiva, mas também menos equívoca. Que diz? Mas diga depressa, na volta do correio, que o trabalho não pode esperar — e o livro tem de sair este mês!... (Saramago *apud* Pereira. 2010: 32)

Talvez se use um papel menos bom, mas nas linhas gerais será o mesmo estilo. [...]. A 3.^a edição da *Léah* sai de capa envernizada, toda triques-à-beirinha, de cinta flamante lembrando o prémio e informando o passante de que é 7.º, 8.º, 9.º e 10.º milhares. Um *best-seller*! (Saramago *apud* Pereira. 2010: 35)

Podia ter-lhe escrito há mais tempo, mas só queria fazê-lo quando pudesse juntar a carta aos papelinhos mágicos deste nosso negregado sistema capitalista. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 38)

Vou ler a *Escola* desde o princípio, regaladamente, com vagares de sibarita. Sem intenções de crítico, que o não sou, mas com os olhos mais atentos que puder arranjar, lerei — e direi o que me parecer: tome a minha futura apreciação pelo que vale. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 40)

Confesso-lhe que estou profundamente desanimado com o vosso desinteresse, na falta de atenção [...]. É como se o esforço mesmo que me tenho imposto, para cumprir o prometido, não representasse nada para a COR. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 42)

Quero a sua opinião desassombrada, (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 46)

Como as coisas não me correm num mar de rosas, estou sempre à espera do último estímulo que tenho — a publicação... (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 47)

Que silêncio é este? Que se passa nos Estúdios COR? Que é feito do Saramago, que perdeu o pio? E vai-se procurar os motivos e que se encontra? Nada, ou antes, mil e uma pequeninhas coisas, todas igualmente significantes, mas que juntas fazem uma

rede capaz de amansar Hércules — o dos doze trabalhos. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 48)

[...] confesso que até um terço do livro me senti *dérouté*: a todo o momento me parecia ter um fio condutor na mão, e logo, ele se partia, substituído imediatamente por outro que também não levava longe. E a minha franca admiração por si perguntava, desolada: «Aonde quer chegar este homem? isto é partida que se faça ao leitor de boa fé (ou má) que compre o "romance"?» Até que percebi, ou melhor, até que encontrei a «minha» explicação: a *Escola* é uma exploração da memória, levada telescopicamente ao infinito, desdobrando-se e repartindo-se em todas as direções, passando e repassando infatigável, até restituir em cor e sabor, em som, tato e olfato (todos os cinco sentidos) uma época, um estilo de vida, um conjunto social que não se extinguiram de todo, apesar dos cinquenta anos decorridos, de duas guerras, vinte revoluções e trinta-anos-de-cultura. Quando acertei a minha rota pela sua agulha (ou o que eu suponho ter sido a «sua» agulha), o constrangimento e o embaraço sumiram-se, e eu desci consigo à investigação minuciosa e apaixonada do tempo da «sua» infância. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 49)

Aqui tem o que penso do seu livro, que tive a honra de ler, em primeiríssima mão. [...] a de um simples leitor, talvez apenas um pouco mais experiente que o comum. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 50)

O meu amigo viu o livro como o que ele é! um panorama de vida e crescimento dentro dum quadro e época determinados. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 51)

Se eu desejo muito o êxito intelectual, o dos leitores sensíveis, estimo ainda mais e aspiro ao interesse do leitor comum! [...]. E não quero que a COR faça sacrifício de o publicar só porque é meu. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 52)

Confesso-lhe que me tem trazido desanimado (sem que isto implique qualquer reflexão pessoal desagradável!) a demora, para dizer o menos, que a COR vem pondo no assunto da publicação. A peça está aí desde o Natal! [...]. Agora o meu amigo fala-me em setembro a NOVEMBRO!... (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 53)

E sempre que puderem digam-me como vão saindo os livros... Já lhes disse que é esse o meu maior estímulo. [...]. Repito-lhe que me sensibilizaram muito os seus comentários à *Escola*, e a sua justa visão do romance. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 54)

[...] de que mal moral [...] sofre Miguéis? Desalento? dúvida? falta de confiança em si mesmo? [...]. Eu não tenho dúvidas sobre a *Escola*, ao contrário, parece, do que tirou da minha carta. Se tanto remastiguei o seu livro, foi somente (e nisto não vai nada de restritivo!) porque ele é *diferente*. [...]. Mas ainda bem que assim é! Se o leitor se sente obrigado a pôr as meninges a funcionar, melhor! (Saramago *apud* Pereira. 2010: 55)

«Não quero que a COR faça o sacrifício de o (a *Escola*) publicar só porque é meu...» Isto escreveu o meu Amigo na sua carta. Sacrifício? que Sacrifício? Sacrifício em publicar um dos maiores escritores vivos? Mas olhe que os editores em geral (e nós em particular) não são meros industriais de papel impresso! [...]. Mas agora dirá o meu Amigo: se vocês estão tão interessados em publicar-me, porquê esta demora? Explica-se facilmente que tenhamos falado em setembro a novembro para lançamento da *Escola*. Dado que o original veio mais tarde do que primeiro se esperava, não era possível lançá-lo antes do Verão, antes da Feira do Livro, que era a grande altura. Como os meses estivais, diga-se o que se disser, são sempre meses algo mortos no mercado livreiro, pareceu-nos de má política fazer sair o livro antes da *saison*. Uma obra como esta merece uma orquestração especial, a presença do estado-maior todo, a atenção espevitada do público ao-que-vai-sair-nesta-temporada. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 56)

Sou eu que devo ter e tenho remorsos dos trabalhos que lhe dou!! (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 58)

E a *Escola* não pode sair sem que eu veja as segundas provas, como combinámos de começo, pois há retoques indispensáveis a fazer. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 61)

E agora permita-nos uma sugestão: que diz à ideia de tirarmos dos capítulos o número que antecede o título? Não acha que este dispensa aquele? que A poesia de certos títulos será, até, prejudicada pelo prosaísmo do número? Mas o meu Amigo é que é o diretor da *Escola*: a sua palavra é lei. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 63)

A *Escola*, grande e formosa, é de mais peso, mas ponho a minha cabeça que a veremos nas livrarias antes de meados de dezembro. Não esqueçamos as suas recomendações quanto a tipo, mancha, arrumação, etc. O problema maior foi o do tipo. Não direi que vimos dezenas, mas não ficou longe da dúzia. Ora bem: dentro dos seus desejos e das condições de preço que mais convináveis nos eram, o que de melhor achámos e escolhemos foi o que juntamos. A nós, parece-nos bem; falta o seu parecer. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 63)

TIPO — O TIPO é exatamente o que eu NÃO esperava! [...]. Mas se é uma questão de custos (*convinháveis*) [...]. Eu não quero luxo, mas um tipo mais *sólido* lisonjearia o leitor. Mas não insisto, e o que os meus Amigos resolverem está bem. Só me apoquento que o LEITOR se desgoste com o contraste deste com os outros livros, graficamente. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 64-65)

CAPÍTULOS — Sem números, pareciam contos separados. Mas compreendo o seu ponto de vista. Talvez passando o número para cima, à margem? (V. amostras) Também sou pelo tipo menor, negro. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 64-65)

A capa [...]. Tem alguma sugestão a fazer? Vista de Lisboa? figuras? cena do livro? A sua visualização da capa será com certeza uma boa achega para o desenhador. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 67)

Os seus reparos não nos magoaram: bem sabemos que os pais gostam de ver os filhos bem vestidos e que os maus tratos que mais doem são os que mãos alheias (neste caso, as nossas) lhes infligem. Ficámos um pouco repesos de o termos desiludido, isso sim, mas as suas manifestações de agrado posteriores, mesmo com tudo o que nelas haja de bom desejo de contemporizar, restituíram-nos a tranquilidade. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 71-72)

Às vezes dá ganas de desanimar, isso dá. Mas faça a sua obra, deixe-os rosnar e morder, ignore-os, lembre-se de que é só para o leitor que escreve, esse leitor que, no outro dia no comboio, enquanto eu revia provas da *Escola*, lia no banco da frente a *Léah* — «O

Natal do Dr. Crosby»... Este é que é o sujeito-de-boa-vontade-e-gosto que deve interessar-lhe acima de tudo. O resto são os oficiais do mesmo ofício, é a inveja [...], é a safadeza, a pulhice, a velhacaria que dá palmadas no ombro e punhaladas nas costas! (Saramago *apud* Pereira. 2010: 73)

Como foi pensar que eu me *atrevia* a cortar-lhe uma frase, uma palavra sequer, do seu livro? Quando muito, se a coisa me parece chocante de mais, chamo a sua atenção com uma nota — e o meu Amigo resolve, que para isso é pai... A tal frase ninguém a cortou: o que acontece é que, pura e simplesmente, não consta do original que nos mandou. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 78)

[...] como esta 1.^a edição, apesar de todos os cuidados, tem gralhas e outras coisas que tais, mando-lhe, por este correio, um outro exemplar da *Escola*, para que no-lo devolva, quanto mais cedo melhor, corrigido onde precise e alterado onde lhe pareça. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 82)

Veja lá como as coisas são. Eu vi o «empeçou-lhe», e gostei. Mesmo depois da sua acusação de «gralha», continuo a achar que o termo está ali otimamente. O coitado do Gabriel não chegou sequer a ter domingo, o Filósofo «empeçou-lho». Para mim, não foi «gralha», foi um esplêndido achado. E tanto que, tendo lido a prova, *não vi* a «gralha». No seu lugar, deixava ficar o «empeçou-lhes». Era uma pequena satisfação que me dava... Em todo o caso, à 2.^a edição é que já não pode acudir. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 105)

Como se a qualidade literária duma obra tivesse alguma coisa que ver com os seus trunfos para conquistar a consagração da traduçãozinha! Ai, mundo, mundo! (Saramago *apud* Pereira. 2010: 110)

Ao dar ontem início aos retoques finais nas histórias para a *Gente da Terceira Classe* (cujos últimos originais estão feitos), assaltou-me uma grande tristeza: a de sentir, no seu silêncio de seis meses a respeito deste livro, o desinteresse ou a hesitação da COR em publicá-lo. É certo que o livro não está lá TODO, mas, tendo lido o que lá está, e estando desejosos de o publicar, não mo poderiam ter já feito sentir? ter-Me instado, animado, a mandar o resto? (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 129)

Não compreendo, palavra, por que bulas se lhe afigurou que nós estaríamos desinteressados da publicação da *Gente da Terceira Classe*, quando nas nossas conversas aqui está sempre a vir à baila a falta do original para completar o volume, *que nós desejamos publicar o mais depressa possível*. É certo que eu tinha prometido falar-lhe circunstancialmente das minhas impressões sobre o livro, e não o fiz, embora estivesse convencido, até à sua carta de 9, que já o tinha feito. Mas creio ter aludido aos contos que faltavam, sinal de que os esperávamos para começar a trabalhar. Além disso, não sabendo como estava a correr aí a preparação das últimas histórias, não quis forçar a urgência para lhe não criar problemas no caso de estar «encravada» a conclusão do livro, coisa em que francamente acreditei dada a sua falta de notícias sobre o assunto. Podia bem acontecer que algo não estivesse a marchar bem, e sendo assim, uma insistência nossa só iria servir para agravar uma hipotética situação de apatia. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 131-132)

Do que no nosso incorreto procedimento me cabe, peço que me desculpe. Vendo bem, talvez até o único responsável seja eu. Já vê de quanto me acuso... (Saramago *apud* Pereira. 2010: 148)

Estou muito mais tranquilo, e confesso-me mais uma vez muito grato por todas as atenções. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 150)

Recebi hoje da Portugália a carta junta. Como foi que o *Diário Popular* inventou que a melhor maneira de chegar a si seria aquela nossa «rival», não faço ideia. Talvez porque a Portugália está a açambarcar todos os escritores portugueses, no que, aqui à parte, revela mais inteligência que nós... (Saramago *apud* Pereira. 2010: 151)

A lição do nosso mercado é que o escritor precisa de produzir muito para satisfazer uma clientela reduzida — e daí o perigo de produzir ganga! (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 156)

O volume está *um primor!* Tenho-o manuseado, folheado, lido e relido não sei quantas vezes, com um prazer incedível. O formato, a flexibilidade, o tipo, o aspeto gráfico, a

capa e o frontispício — tudo contribui para este gozo de autor baboso! (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 158)

Numa rápida vista de olhos, dei por muita coisa com que sei que não concordará. Dê para baixo, sem dó nem piedade. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 191)

PROVAS: para quê mandar-me as segundas da NOITE? Se o revisor respeita as minhas recomendações, é quanto me basta. Tenho horror a reler tudo isso. Mas também não quero que os gramaticões me mexam com a pontuação, a grafia, etc. Se isso, a si, lhe poupa algum trabalho, mande-mas. Não quero agravar-lhe os problemas. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 251)

Um dia lhe contarei de uma proposta insistente que tive de um editor importante, e que recusei: por fidelidade à Cor. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 272)

O preço do *Passageiro* é de 15\$00. Não nos pareceu bem pô-lo mais alto: o livro é pequeno e o público dificilmente pega no «teatro». (Saramago *apud* Pereira. 2010: 86)

Não ardo de interesse pelo que me dizem os chamados críticos, a não ser alguns que respeito, poucos! Se a COR tem serviço de recortes, não me importo de ler alguns (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 88)

Ontem, saiu a crítica do Álvaro Salema à *Escola*. Entusiasmo incondicional, um tom de fazer crescer água na boca ao leitor que ainda não comprou — mas vai comprar. Bem disse eu na badana que este livro seria «um clássico»! (Saramago *apud* Pereira. 2010: 89)

Pensei em o oferecer a um vosso concorrente, que me tem pedido livros sem resultado, como sabe. MAS NEM O OFERECEI, NEM FIZ DECISÃO ALGUMA, NEM PENSO PUBLICÁ-LO ANTES DE AÍ ESTAR A DISCUTIR O CASO MUITO BEM CONVOSCO. Contra a opinião de outros escritores, não creio que seja bom dispersar a obra por vários editores. A COR é a minha editora, e pronto. Os novos donos da Arcádia estão a pagar 20% aos autores, mas isto não é ainda o essencial: só tenho razões para me felicitar das nossas boas relações pessoais e comerciais, e a minha única queixa

até agora foi a do aspeto gráfico (e da demora) da *Escola* e certa indecisão nos assuntos; os próprios atrasos nos pagamentos considero parte dos nossos problemas comuns. (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 94)

A experiência lhe dirá que autores são como as *prima-donas*: sensíveis até à histeria, sobretudo com gralhas e aspetos gráficos... (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 102)

Fica é entendido que quando o autor-Miguéis tiver qualquer motivo de queixa, por mais insignificante que seja ou pareça ser, rapa da portátil e põe ali, preto no branco, enquanto tiver de ser, os seus agravos. Cá estão os amigos-editores para os escutar e atender. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 104)

Na entrevista diz que os editores não lhe escrevem (é verdade), não lhe pagam (é verdade), e então os editores, assim justamente acusados, fazem das fraquezas forças para não ficarem muito mal colocados. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 267)

Ao menos que o escritor vá publicando o que vai escrevendo, sob pena de os livros aparecerem, por fim, fora de tempo: do tempo do autor e do tempo do mundo. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 268)

Acontece que eu não dirijo coisa nenhuma: dirigir é outra coisa que nada tem que ver com o que eu faço na editora. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 274)

Enquanto a COR *medita* (a palavra é sua) no que fazer da *Múmia* — enterrá-la viva? Mandá-la para algum museu? — (e quem muito medita não me-edita! — qualquer outro editor teria resolvido o problema em uma ou duas semanas: tipografia e pronto) (Miguéis *apud* Pereira. 2010: 281)

Adianto, contudo, que estou cansado de carambolar entre a editora e os autores, a editora e os tradutores, a editora e os agentes estrangeiros, a editora e os colaboradores em geral. No fim de todas estas caramboladas, é inevitável que o odioso (se odioso há) venha a cair sobre mim. E, francamente, meu querido Miguéis, já estou cansado disto. (Saramago *apud* Pereira. 2010: 298)