

II Seminário Brasileiro Livro e História Editorial

Relações virtuais, edições de papel e a renovação da literatura brasileira

Ana Elisa Ribeiro¹

(Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, docente)

Resumo

Este artigo apresenta o processo de produção de um livro de poemas por uma pequena editora brasileira, no cenário social e tecnológico da virada do século XX para o XXI. Revelam-se os diálogos entre editor e poeta, por meio do correio eletrônico, ao longo de aproximadamente dois anos de negociações, da avaliação até o lançamento da obra, no eixo São Paulo-Belo Horizonte. Os depoimentos e a breve discussão em torno do importante papel das pequenas editoras para a renovação da literatura constituem uma espécie de “documentário” da produção literária de vanguarda.

Palavras-chave

Edição Independente; Pequenas Editoras; Literatura Contemporânea; Edição e Tecnologia.

¹ Doutora em Linguística Aplicada pela UFMG. Graduada em Letras. Professora do CEFET-MG. Ex-coordenadora de curso de especialização em Revisão de Textos da PUC-Minas; Ex-coordenadora de curso de especialização em Projetos Editoriais Impressos Multimídia da UNA; Ex-editora assistente e gerente editorial de diversas editoras mineiras.

1 Edição de literatura e novos autores

São clássicas as representações de trajetórias de escritores novatos à procura de quem edite suas obras. Da mesma forma, as histórias de editores ousados que investem em novos talentos são narradas sob certa aura mitológica. Nem sempre, no entanto, o escritor iniciante (jovem ou não) se socorreu do editor, optando pela autoedição ou pela edição independente. Se em tempos de manuscrito ou de tipografia isso poderia ser uma empreitada quase impossível, cheia de obstáculos e da necessidade de peritos nas artes editoriais, atualmente, a autoedição pode depender de pouco mais do que informação e um computador. Veremos, no entanto, que o editor continua a desempenhar um importante papel na mediação das redes do livro.

Em todas as épocas da edição literária, autores publicaram suas obras às próprias custas. São bastante conhecidos os casos dos poetas “marginais” dos anos 1970, no Brasil, que se utilizavam de tecnologias como o mimeógrafo para reproduzir livretos que eles mesmos vendiam nos bares. Chacal² (RJ), Paulo Leminski³ (PR) e Sérgio Fantini⁴ (MG) são hoje escritores consagrados e devem a primeira circulação de suas obras (em grande parte reeditadas em outras circunstâncias) a práticas editoriais independentes, em geral financiadas por eles mesmos ou por amigos.

Muito antes da eclosão dessa literatura mimeografada, no entanto, escritores já produziam seus livros, em pequenas tiragens, a fim de serem lidos por leitores sedentos de novidades ou mesmo apenas por seus pares. Sem ISBN⁵, editor, editora de renome ou qualquer outra chancela institucional, Lêdo Ivo, João Cabral de Melo Neto, Dyonélio Machado, Luiz Vilela, Fernando Sabino, Décio Pignatari, Vinícius de Moraes, Rachel de Queiroz e Mário de Andrade, por exemplo, publicaram livros que tornaram possíveis suas carreiras de escritores (VAN STEEN, 2008). O custeio de suas obras vinha das próprias economias, da família ou da ajuda de amigos, que também funcionavam como uma espécie de produção colaborativa na edição de livros de literatura.

Nos anos 1990, com a popularização do computador pessoal e dos programas de editoração eletrônica, mais um impulso foi dado à autoedição. Poetas e escritores novatos viram chances de ver seus livros produzidos, desta feita com qualidade gráfica

² Ricardo de Carvalho Duarte, o Chacal, é carioca e autor de diversos livros, entre eles *Muito prazer, Ricardo e Preço da passagem*.

³ Paulo Leminski era curitibano e publicou livros importantes, tais como *La vie en close* e *Distraídos venceremos*.

⁴ Sérgio Fantini é mineiro e atua também como contista. Entre seus livros estão *Diz xis*, *Coleta seletiva* e *Materiaes*.

⁵ International Standard Book Number, sistema internacional de padronização de publicação de livros.

bastante semelhante à da produção editorial industrial de maior porte. Desde o ato de escrever (digitando) até a impressão, a produção de livros tornou-se mais acessível. Do Word ao PageMaker⁶ as pericialidades exigidas eram aparentemente mínimas em relação ao que já fora a editoração. Uma vez produzido o arquivo digital, era possível mandar imprimir uma tiragem pequena em gráfica, a preço razoável. Pequenas editoras (muitas vezes constituídas por apenas uma pessoa) passaram a atuar fortemente em uma órbita do “mercado editorial” que, muito embora parecesse marginal em relação a outras, mostrava-se forte e influente o suficiente para atrair a atenção de editoras maiores. Com o passar da década e na virada do século XX para o XXI, a produção literária brasileira conseguiu certa renovação. Escritores “independentes” eram, então, absorvidos (juntamente com suas obras e mesmo suas editoras) por casas editoriais conhecidas, como foi o caso, por exemplo, do gaúcho Daniel Galera⁷, ex-autor e editor da pequena Livros do Mal, atualmente vinculado à Companhia das Letras.

2 Novos autores, novas tecnologias

Os anos 1990 e o início dos anos 2000 foram momento fértil para a produção de novos livros de uma literatura brasileira ainda desconhecida dos “grandes circuitos”. Obras como *Na virada do século* (organizada por Cláudio Daniel e Frederico Barbosa) e *Geração 90: manuscritos de computador* (organizada por Nelson de Oliveira) foram importantes para a difusão de “novos talentos” de diversas partes do país. Se a intenção dos organizadores (também poetas e críticos) era expor a produção literária de vanguarda, não tardou para que suas coletâneas parecessem insuficientes e incompletas diante do surgimento de dezenas de livros e autores em todos os estados.

As novas tecnologias de informação e comunicação não tardaram a ser compreendidas como tecnologias de editoração de livros, tornando-se relativamente fácil que uma rede de contatos entre escritores surgisse na web. O computador era entendido, então, não apenas como plataforma de produção editorial, mas também como

⁶ O Word (Microsoft) é o editor de textos mais utilizado desde a década de 1990. O Aldus PageMaker era o programa de editoração eletrônica usado na época, atualmente preterido em favor de outros, como o InDesign. Esse tipo de aplicativo estará sempre em evolução.

⁷ Jovem autor gaúcho, editor da Livros do Mal, autoeditado, atualmente autor da Companhia das Letras, com texto roteirizado para o cinema e colunas na grande imprensa.

ambiente de formação de redes sociais por meio de, naquela época, recursos como o e-mail e os chats (ICQ e MirC⁸).

Diante desse cenário em que autores se autoeditavam em livros bem-produtos e se fortaleciam em intensas conversações por meio da web, a literatura brasileira contemporânea deu mais um salto em direção a uma renovação que grandes editoras não são capazes de fazer, constrangidas que são por uma lógica que não pode mirar a literatura em primeiro plano. Muito embora não fosse a situação ideal, a autoedição autofinanciada foi a saída para que escritores dessem a conhecer suas obras, que, no entanto, encontravam problemas para circular, se distribuir e se fazer lidas. Habitados com as possibilidades do *cross media*, no entanto, esses autores utilizavam a web e todos os canais de que dispunham (jornais, revistas, programas locais de tevê) para mostrar suas produções e falar de sua criação.

O foco deste artigo é a conversação mantida, via web, entre um autor mineiro e um editor paulistano, no início dos anos 2000, no cenário efervescente de produção literária e livreira empreendida por um grupo na região Sudeste do país. Não se trata de um “movimento literário” nem de uma escola com características típicas. A troca de correspondências eletrônicas entre os escritores poderá dar alguma visibilidade a um processo que ocorreu amiúde entre autores que viveram aquele momento da história literária nacional. O editor em foco teve papel fundamental na publicação e na exposição de autores que ganharam evidência mais ao final da década de 2000. Mesmo estando em São Paulo, o editor mantinha uma rede de contatos dispersa pelo país, utilizava aplicativos computacionais para a produção das obras que ele mesmo produzia, distribuía e lançava. Naquela circunstância, é importante mencionar a qualificação tecnológica de editor e editados na produção das obras, que contavam com uma articulação que extrapolava, graças à tecnologia digital, as localidades em que eles vivam.

A despeito das novas possibilidades, as “redes do livro” (MARTINS, 2006) descritas na correspondência eletrônica aqui mostrada ainda operam com uma lógica clássica de produção, edição, marketing e distribuição, muito embora demonstrando esforços maiores na consecução de objetivos de autor e editor. Serão apontadas todas as fases do processo de produção de um livro de poemas, evidenciando-se, no entanto, como fator importante ligado à nova tecnologia, a possibilidade do trabalho à distância,

⁸ Os aplicativos para conversa em tempo real também mudaram muito de lá para cá. Atualmente, o mais utilizado é o MSN Messenger.

assim como a formação de redes via web. É importante notar, também, a importância do editor como mediador do livro (MARTINS, 2006), agregador de artistas movidos pelas mesmas paixões. Muito embora as novas tecnologias pareçam dispensar mediadores, verifica-se, neste episódio, a importância do editor como operador de uma rede dotada, inclusive, de credibilidade e influência.

3 Correspondência eletrônica

O editor em foco mantinha intensa conversação com escritores e outros editores dispersos pelo país. Por e-mail, negociava, trocava textos, avaliava a produção de outros, produzia seus livros, solicitava ajuda, fazia amigos e inimigos. Esse diálogo à distância era cultivado com frequência e, mais tarde, foi somado à possibilidade oferecida pelos blogs (como espaço de escrita, ensaio e interação com o leitor). O início das negociações com o poeta mineiro foi feito por carta simples, via Correios, e teve continuidade por e-mail. O primeiro contato foi disparado, justamente, pela existência de um primeiro livro autoeditado pelo editor, primeira obra da editora, cujo catálogo aumentaria muito em alguns anos. O descobrimento desse livro pelo poeta mineiro, em uma pequena livraria, levou-o a se manifestar por meio de uma carta, na qual declarava seu interesse pela poesia contemporânea e parabenizava o editor pela ousadia na edição do livro.

Desse episódio em diante, editor e poeta passaram a trocar impressões sobre novos poetas, até que chegaram à negociação sobre a edição de um livro. Já em uma das primeiras correspondências, alertava o editor: “já te adianto, os livros que faço invariavelmente são bancados pelos autores” (set. 2001). E a justificativa vinha logo em seguida: “É um risco muito grande prum editor capenga editar quaisquer livros, de gente nova ou não, nesta meca de analfabetos” (set. 2001)⁹. Ao explicar o funcionamento de sua pequena editora, dizia ele: “a [editora] é uma espécie de ‘ação entre amigos’ em prol de... desreprimir nossa literatura, de fazer fluir o melhor da nossa ‘cachaça’” (set. 2001). Em seguida, mostrava clareza de seu nicho e de seu alcance, explicitando: “nossas irmãs são as editions de minuit, editions du desastre, livros do mal, atlas press, exact change...” (2002).

⁹ A linguagem empregada pelo editor em suas mensagens será mantida, sem cortes de palavras, gírias e abreviações.

Sobre a inexistência de um contrato formal de edição, avisava o editor ao poeta:

“Vai ter de confiar. Mas em caso de insatisfação, o freguês sempre pode processar... Edição de literatura contemporânea é uma brodagem, ação entre amigos, vende pouco, a distribuição é feita de forma absolutamente mambembe, o envolvimento do autor é imprescindível, etc....” (2002).

E suspiravam juntos: “viver de renda... Ah, sonho de poeta desde Baudelaire...” (2002).

Daí em diante, todas as etapas da edição seguiram um fluxo nem sempre organizado e linear, mas em tudo semelhante à produção de qualquer obra impressa. Os modos de produção eram, no entanto, dependentes da colaboração de amigos e pessoas que também atuavam na produção literária do momento. A seguir, serão mostrados aspectos da negociação entre editor e poeta em relação a (a) avaliação do original, (b) produção (texto e design), (c) marketing, lançamento e distribuição e (e) pós-lançamento.

3.1 Avaliação

A avaliação da obra submetida ao editor de que se trata aqui passou pelo crivo de um “conselho” formado pelo próprio editor, também poeta e designer profissional, e por outros escritores, mais experientes, ligados à produção literária de então. O diálogo sobre as primeiras leituras do texto original (poesia) vai desvelando pareceres que levam a pequenos ajustes no livro.

Em uma primeira instância, o próprio editor afirma: “Li o [Livro]¹⁰. Achei muito bom (quer dizer, mau) do título à nota biográfica... Há uma fodida unidade no livro, na forma como você o dividiu” (set. 2001). Mais adiante, ele deixa explícita a vontade de publicar o texto:

“Calculei que dará um livro de umas 48 páginas, com alguma lingüiça (uma vinheta aqui, uns espaços brancos acolá) pra fechar caderno. Livrinho magro, mas intenso. E não se preocupe, sairá muito mais barato do que 3 paus. Farei um orçamento com gráfica etc. e passo procê”.

A despeito de a avaliação do editor ser positiva, são necessárias leituras especializadas, feitas por outros escritores, muitos deles já autores da mesma editora:

¹⁰ Os nomes de livros, autores, pareceristas, poetas, críticos, assim como as identidades do poeta mineiro, do editor paulista e da editora serão preservados neste artigo.

“Mande o [Livro] (então é assim? É que no seu original tá com parênteses, mas prefiro sem) pro [poeta], ele disse que vai ler, depois me diz. Cê não conhece o [outro poeta]? Como assim: os textos ou o cara? Se for a prosa, corre pra próxima livraria e compre...” (set. 2001).

“Mande o [livro] pro ‘conselho editorial’ e tô recebendo uns pitacos aqui. Vou esperar todos, juntá-los, considerá-los e mandar pra você, tá bom? (sempre mando os livros pruns escritores da casa – sociões – os caras que dialogam comigo e tão aqui do lado [cita nomes]... São caras bem (mal) intencionados e experientes.” (2002)

A rede de escritores em contato ganha fôlego desta forma, quando uns alinhavam-se com outros, indicam-se, transferem-se, tocam-se na correspondência eletrônica coletiva. Aqui, o poeta mineiro recebe indicações de outros escritores que, segundo o editor, ele deveria conhecer. Note-se a primeira intervenção editorial no título da obra, que termina por mudar em função das discussões com o editor e seus conselheiros.

A necessidade de escolher bem o leitor do original aparece diversas vezes na correspondência, sendo o editor o nó fundamental para esta rede. “Acho que ele saberia ler sua poesia melhor do que o [poeta], tem mais a ver” (2002).

Depois que os pareceres são dados, o editor passa a mediar a relação entre conselho e poeta.

“O [poeta] curtiu coisas do [livro] (que prefiro sem porque é uma palavra que não suporta frescuras, no plural talvez fique legal também), mas não topou a orelha (ele é discípulo do Augusto, que inventou este troço de não escrever orelhas), deixando em aberto a coluna dele no Tempo para divulgação. Vou tentar o [outro poeta], mas leia alguma coisa dele antes. Te adianto que é o contista mineiro (tirando os coroas, claro) e poeta de maior prestígio atualmente. Não sou só eu que acho isso.” (2002)

“O conselho editorial me sugeriu um monte, mas desacatei-os, não quero saber. A única sugestão que me seduziu é o nome do livro. Que tal?” (2002)

“Pareceres só interessam ao editor aqui. Não se preocupe com isso. Os caras implicaram só com 3 poemas, mas achei besteira. Preciosismo de leitura rápida (existe isso?)” (2002)

Mais uma vez, a intenção de alterar o nome da obra surge nos diálogos. O editor “desacata” sugestões que considera preciosistas e tem, no entanto, no geral, o aval de seu “conselho”. Embora o poeta mineiro demonstre interesse em saber o teor dos pareceres, o editor mantém a postura de mediador.

O paratexto do livro começa a se tornar uma preocupação, dado que, na edição literária, trata-se de expediente importante que um escritor novo seja apresentado por outro mais experiente ou renomado [“E orelha, esses troços, já pensou?”; “Se eu fosse

mineiro, sonharia mesmo é com Affonso Ávila. Poetaço.” (2002); “Acho que o ideal mesmo pra sua orelha é uma poeta portuguesa que tô lendo, [nome dela], mas aí fica muito complicado (ela já é estrelona e não tenho contato). Depois mando uns trechos.” (2002)]. É, no entanto, difícil estabelecer essas relações entre autores que não se conhecem. O editor, mais uma vez, tem função mediadora importante na escolha do “orelhista” do livro, dado que é ele quem sugere o escritor que deverá escrever a apresentação, apresenta os dois autores e, para isso, precisa contar com a confiança de ambos. Neste caso, eram, ainda, duas possibilidades, nenhuma das quais exitosa de início.

Mais adiante, o editor consegue o “orelhista” adequado à obra: “[Poeta] quer fazer a orelha do seu livro. Vou ver se despacho pra você um livro dele. Me diz se tá a fim ou se tem alguém na manga” (2002). Esta decisão é mantida até a produção da obra, cujo texto de orelha é lido e ajustado pelo editor e pelo diálogo entre poeta e orelhista.

3.2 Produção

A produção do livro de poemas depende de uma série de acordos entre poeta e editor. Um dos pressupostos do editor é que o autor do livro terá pouca influência sobre a produção e o design da obra: “A [editora] é a reserva ecológica da minha criatividade gráfica... Acostume-se à idéia de que farei tudo por aqui (capa e resto)”.

Diante da inexistência de contrato formal, a confiança é, o tempo todo, posta em pauta entre os escritores. Em relação a valores e custos, o editor sempre orienta o poeta: “Não te passo valores ainda, pois aguardo o CNPJ da [editora] (é, tive coragem), aí poderei comprar papel sem impostos e os custos de produção cairão” (2002). E aqui é possível entrever a situação da pequena editora como empresa. Está presente no comentário do editor a ironia em relação ao que ele chama de “coragem” de registrar sua empresa, ao menos em troca de redução de impostos para o papel.

Diante do tempo necessário para o ajustamento da empresa, o poeta sugere a ampliação dos textos, ao que o editor responde: “Aumenta, sim. Aproveita o tempinho que te dou. E uns [do outro livro] cairia bem, pense nisso.” (2002) E, mais uma vez, os custos: “O orçamento só posso fazer a hora que cê fechar o livro. Tô no aguardo”. (2002)

Ao fechamento do texto original segue-se a negociação dos valores da edição, autofinanciada: “Segue a parte dolorosa” (2002).

14x21cm
capa 4 cores com orelhas
laminação fosca
cartão supremo 250g
miolo uma cor
56 páginas
pólen bold 90g
tiragem de 500 exemplares
pagamento do designer
cheques pré-datados

Preocupações de toda ordem passam a fazer parte das ações do editor, sempre em negociação com o poeta.

“Esquentação de cabeça inclui tudo: distribuição, organização do lançamento aqui e aí (e você tem que dar uma força, ok?). 22,5% pro autor, 22,5% pra editora, 55% pra distribuidora (é, pois é!). E mais criação de releases, convite em papel e digital (pra mandarmos por e-mail).” (2002)

Capa, miolo, papéis, cores, vinhetas são discutidos durante a produção do livro, já sob a responsabilidade do editor, quando ele se torna o autor do projeto, e não mais apenas o mediador entre conselho editorial e poeta.

“A capa é a última coisa que faço, como a foto deve entrar na orelha, cê tem um tempo pra ir no salão, depois achar um japonês pra tirar a foto.” (2002)

“Laserfilm pro miolo, sim. Pra capa, não. E preciso de prova de prelo, daí o preço. Ainda não sei como será a capa, mas uso muito scanner pra criar. E no miolo também. Prometo: o design gráfico será impactante. Preciso de foto sua. E vamos mexer naquela nota biográfica? Tá muito pros amigos. A gráfica entrega os livros cerca de duas semanas depois de receber os filmes. Estava pensando o livro para final de março, que tal? Mando duas provas para revisão do miolo, a primeira em papel pelo Correio, a segunda em PDF por e-mail. E envio a capa procê ver o layout e dar pitaco, mas a palavra final é minha, tá bom? (desculpa, a [editora] tem uma cara meio escandalosa que quero manter, e tenho que restringir os pitacos autorais, pois nem todo autor tem repertório gráfico, entende de edição, etc. como você. Vais vê-la, opinar e, se esperneares muito, eu faço outra). Tem o frete da sua cota que é por sua conta.” (2002)

Durante a produção, a despeito de toda a organização do editor e de sua ascendência sobre o projeto gráfico, em parte consentida pelo poeta, ainda ocorrem ajustes no texto original. Diante disso, o editor é obrigado a refazer o orçamento inicial: “Cê fodeu o orçamento, off course. Rediagramei o livro pra ver se ainda dá pra ficar nas 56 páginas, se der, deu. Se não der, refaço as contas da gráfica, na boa” (2002).

O texto do miolo, assim como textos do paratexto, não passa por alterações importantes. O poeta aprova a alteração do título (insistentemente sugerida pelo editor),

faz pequenas alterações em um ou dois poemas (por sugestão do editor-poeta) e refaz a nota biográfica “muito pros amigos”: “Acho que dava pra fazer alguma coisa na nota biográfica. Posso mexer?” (2002). Este é o único momento em que o próprio editor se propõe editar o texto. Em grande medida, seus papéis são o de mediador entre poeta/conselho e poeta/leitor e o design gráfico.

As constantes alterações no tamanho do texto original não chegam a mudar os ânimos do editor: “Mais um poema, né? Vou rediagramar o livro e pedir lá pra gráfica fazer as contas. Mas como não nasci ontem, já havia deixado umas páginas sobressalentes no fim do livro” (2002). O custo dessas mudanças tinha consequências para o poeta: “Olha aí quanto custou sua mexida. O livro aumentou oito páginas (melhor, vai parar em pé na estante). O resto continua igual, ok?” (2002). Já em relação à capa o diálogo ganha um tom de ironia raivosa da parte do editor: “Não gostou da capa, faço outra. Sem argumentações. Agora que suspeito o que você quer, vou direto ao assunto. Meu lema (e do Hirsch): uma capa tem que agredir, e não agradar” (2002). Em uma segunda tentativa, o editor repassa a responsabilidade ao poeta e sugere seu descontentamento ao saber que o poeta havia submetido as primeiras capas à avaliação de colegas e chefes: “Façamos o seguinte: prepare um briefing organizado (e sucinto, por favor) de como você e todos os seus amigos e chefes querem a capa e me mande” (2002).

O papel do briefing foi chegar a uma capa que angariasse a simpatia do poeta. Apesar de o editor desejar manter sempre distância entre a criação e os “pitacos autorais”, diante da situação de autofinanciamento, o poeta acabava influenciando muito os rumos do projeto, principalmente da capa.

“Descolei umas coleguinhas da mina da [capa de outro livro] e me divirto com elas. Talvez desta vez consigamos atender às expectativas da moçada do seu bairro, quer dizer, do seu trabalho, quer dizer, a sua galera (não sei se sua avó vai curtir as moças, mas... Foi você quem pediu).” (2002)

A fase final da produção depende de ajustes finos e da revisão de texto.

“Arrume um jeito de imprimir (é mais seguro pra revisar), veja tudo tinton por tinton, depois me transmita as correções deste jeito: pág. 10, 5ª linha, trocar ‘rã’ por ‘ranho’. Aí providencio todas as correções, imprimo bonitinho e mando um Sedex pra você dar os finalmentes. Outro lance: é hora de você marcar o lançamento...” (2002)

Revisada e devolvida ao editor, a obra já pode seguir para impressão. É hora, então, de pensar no lançamento e na imprensa.

3.3 Marketing e barulho

Poesia vende? Como distribuir uma obra? Que livrarias venderão este livro? O investimento feito na autoedição retorna para o autor? A obra de paga? É importante considerar que as respostas a estas questões vêm sendo debatidas há séculos. O “sistema de mídia” (BRIGGS; BURKE, 2004) atual permite, no entanto, que o que se diz sobre um livro e um autor circulem mais do que a própria obra. Resenhas em jornais e revistas, de papel ou na internet, assim como palestras e participações em feiras e encontros são expedientes bastante aproveitados pelos autores contemporâneos. Ainda que o livro tenha baixa tiragem e dificuldades de circulação, o autor pode se deslocar, levando consigo textos e livros.

Pequenas livrarias especializadas, distribuidores bem-intencionados e jornalistas atentos à nova produção costumam configurar uma rede importante e alternativa às redes institucionais mais preocupadas com o capital. O editor menciona diversas estratégias para distribuição e difusão de seus livros: “Posso arranjar fácil. E tenho centenas de outros endereços que interessam (poetas, críticos...)”; “Coloquei o [livro] lá na Ouvidor, Travessa e Sempre um Livro. Fiquei de mandar os livros (os outros, os mais recentes) para a Scriptum, em breve ele os terá” (2001); “Saiu matéria do [jornalista] no Hoje em Dia, vistes?” (2001); “...Uma entrevistícula, nota sobre o livro (achou?) e duas perguntas [na revista TRIP]; “presente de Natal” (inclusão de um poema em um livro didático); “deu vontade de inundar o teclado... Catarata de choradeira. E mais, nessa matéria haverá foto [matéria na revista Época]”; “Estado de Minas... Nele haverá um artigozinho sobre o [livro] e uma fotinho mais bonitinha”; “Na Cult, tem texto do [crítico] sobre o [livro]. Depois de lê-lo, por favor, diga pra mim se ele gostou ou não. Entendi picas.”

Os percursos desses livros são imprevisíveis. O poeta gasta grande parte da tiragem enviando exemplares para outros escritores e jornalistas que atuem como críticos. Em geral, o autor jamais terá notícia dos livros distribuídos, mesmo quando os disponibiliza em livrarias. Neste caso, a internet é mencionada como uma possibilidade de driblar a distribuição via distribuidoras convencionais, evitando-se, assim, um atravessador importante e caro no processo.

“Mande os livros pra ele [dono da livraria]. Deixei exemplares com [amigo escritor], que entregaria na Scriptum, mas ele esqueceu, saltou no trânsito para aproveitar um sinal fechado, esqueceu tudo no carro da amiga, que mora em Uberlândia. Em suma, agora há uma livraria em Uberlândia que tem os livros. Fazer o quê?” (2001)

“Divulgação de livro de poesia é mandar pros endereços certos e esperar sentado. Se você quiser, podemos fazer um lançamento conjunto aqui em São Paulo. A questão da distribuição é a osca atravessada na minha garganta. Livreiro e distribuidor é uma raça desonesta. Então pretendo trabalhar como tenho feito. Livrarias, só as que interessam, de algumas capitais (BH, Rio, SP, Curitiba, PoA e onde mais eu conhecer gente). No mais é investir na venda direta através de um site que quero colocar no ar.” (2002)

O “mito pessoal” relacionado ao poeta, assim como a chancela de editores e outros autores parecem ser parte importante desta escalada na carreira do escritor iniciante. A edição se paga no lançamento, quando reúnem-se amigos e parentes em algum espaço (livraria ou bar), também, em geral, ligado a esta rede de facilitadores da literatura. Veja-se que o editor sugere ao poeta evitar livrarias que cobrem pela venda do livro independente:

“Você lerá a orelha do [poeta]. Puta poeta. Quanto ao título, perde o negócio do verso, mas ganha em pose e mito pessoal, e isso interessa pacas prum poeta, pensa aí.” (2002)

“O lucro é 100% seu. A grana fica toda pro autor, uma forma de recuperar parte do investimento logo – ou de pagar a gráfica – viu como sou bonzinho?” (2002)

“Negocia com um bar aí, tenta fazer com que eles não cobrem porcentagem sobre o livro. Se você fizer em livraria, vai pagar 40% da venda.” (2002)

“Os lançamentos aqui costumam ser segunda e terça. Sábado não aparece ninguém.” (2002)

“O exclusivista do [poeta] não quer dividir sua noite de glória aqui em Sampa. E isso me causa um problema. Não gosto de fazer lançamentos solos de moçada de fora de SP. Sacumé, periga aparecer só os sócios-escritores e olha lá. Vamos pensar.” (2002)

“O lançamento é uma oportunidade de você recuperar a grana investida no livro, ali, na bucha, para você depois pagar prestações de gráfica. Talvez seja melhor ter um pouco de trabalho e não pagar por torrada vencida e vinho gaúcho. Pense bem.” (2002)

Há, aqui, a certeza de que o escritor ainda é um personagem de prestígio na sociedade, muito embora precise se aventurar pela autoedição para iniciar sua trajetória como autor de livros (e não apenas como poeta). O editor discute com seu editado as

relações complexas entre distribuidores, livrarias e leitores, deixando sempre no ar um tom de descontentamento em relação a essas instâncias da rede do livro.

A “Meca de analfabetos” à qual o editor se refere em uma de suas mensagens diz respeito a uma suposta falta de “consumidores” para os livros, especialmente os de literatura contemporânea, já que ela ainda não foi legitimada pela imprensa, pela escola ou por outras instâncias que tenham o poder de formar gostos e opiniões. Mais adiante, o editor menciona o preço do livro como um problema difícil de contornar:

“Cria-me: 55% é a porcentagem de 99,9% das distribuidoras. E por isso o preço do livro brasileiro é essa lástima, há um enorme descompasso entre custo industrial (que cê pôde verificar) e o resultado é que o preço desta festa de atravessadores é repassado para o consumidor, que resolve não ler porra nenhuma...” (2002)

À frente, faz piada sobre a distribuição, então a cargo do poeta: “As distribuidoras de livros pegam os livros só aos poucos... O resto vai pra sua cidade. Sua casa tem espaço?” (2002). Prêmios e outros expedientes institucionalizados para o “incentivo à produção cultural” não ficam de fora do debate:

“Jabuti não tem nada a ver com ‘melhor’, tem a ver com outras palavras, com cartel, conservadorismo, caretice. É um prêmio representativo da classe, mas não da realidade do que é produzido. A melhor editora do Brasil é a Conrad (nos quesitos ousadia, coragem, atualização da cultura, qualidade do que publicam), na minha opinião, e não tem nenhuma indicação... Não levaremos, não sou associado da CBL.” (2002)

“Conheço uns autores (anos como gerente de editoração de editora grande) que tiram uns trezentinhos por ano de royalties. E olha que nem são do primeiro time, hein? SE o livro ficar bom e adequado às diretrizes, SE e a editora molhar a mão dos FNDES e FDES, SE tiverem esquema de divulgação...”

O editor mostra-se, a certa altura, também cansado da movimentação em torno de autores e livros, fazendo um desabafo com o poeta:

“Se você soubesse como [lista de nomes de escritores] e outros malas que querem virar [autores da editora] me torram o saco com dúvidas, táticas para ganharem o Nobel, saírem nas páginas amarelas da Veja e serem convidados pelo programa do Jô...” (2002)

Neste último comentário, o editor aborda o paradoxo vivido por artistas contemporâneos que, a despeito de terem a internet como canal para o escoamento de

sua produção, veem-se às voltas, ao fim e ao cabo, com a mídia “tradicional” ou de massas, que continua sendo importante para a legitimação dos artistas de hoje.

4. Considerações finais sobre uma aventura editorial

A correspondência eletrônica entre poeta e editor foram o único canal de comunicação entre eles durante toda a produção da obra, lançada em meados de 2002. O lançamento, em Belo Horizonte, devolveu ao autor o investimento na produção da obra, a despeito de o bar ter cobrado 40% do preço de capa dos exemplares vendidos. Algo semelhante aconteceu a vários autores lançados por esta ou por outras pequenas casas editoriais durante as décadas de 1990 e 2000. Desses autores, vários migraram, mais tarde, para editoras maiores (e deixaram de se autofinanciar para se submeter a contratos leoninos, outra faceta da produção literária), outros tornaram-se palestrantes conhecidos ou roteiristas de cinema. Dos que não alcançaram o sucesso, vários desistiram da literatura, outros tornaram-se críticos e especialistas em literatura em jornais, blogs e sites.

O cenário típico desta virada de século em relação à produção literária no Brasil é revelado neste artigo, que pode ser entendido como a metonímia de um expediente que mescla, na atualidade, talentos, redes sociais, tecnologias digitais e a corrida marginal em direção ao reconhecimento artístico. Ao que parece, apenas as tecnologias digitais surgem como um novo tempero (e um acelerador) de processos amplamente conhecidos por artistas de outras gerações.

Agradecimentos

Ao poeta, por abrir seus arquivos digitais.

5 Referências

BARBOSA, Frederico; DANIEL, Cláudio. *Na virada do século*. Poesia de invenção no Brasil. São Paulo: Landy, 2002.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MARTINS, Jorge Manuel. *Profissões do livro*. Editores e gráficos, críticos e livreiros. Lisboa: Verbo, 2005.

OLIVEIRA, Nelson de. *Geração 90*. Manuscritos de computador. São Paulo: Boitempo, 2001.

VAN STEEN, Edla. *Viver & escrever*. Porto Alegre: L&PM, 2008. V. 1.

VAN STEEN, Edla. *Viver & escrever*. Porto Alegre: L&PM, 2008. V. 2.

VAN STEEN, Edla. *Viver & escrever*. Porto Alegre: L&PM, 2008. V. 3.