



Departamento de História

No encaço de *Novos Autores*:

A edição da revista literária *Granta* em Portugal

Rita Seijo Carrasco Pinheiro Gante

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Gestão e Estudos da Cultura

Ramo de Especialização em Entretenimento e Indústrias Criativas

Orientador:

Doutor José Soares Neves, Professor Auxiliar Convidado

ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2016

## AGRADECIMENTOS

A dissertação que submeto a avaliação para conseguimento do grau de Mestre em Gestão e Estudos da Cultura materializou-se com a orientação do Professor Doutor José Soares Neves, a quem deixo um particular agradecimento pelo interesse demonstrado sobre o tema do trabalho e pelo encaminhamento dedicado em todas as etapas.

Ao Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, o meu agradecimento por ter revelado contentamento pelo estudo proposto e ter aceitado prontamente colaborar como informador. Agradeço ainda os convites para participar nos encontros de lançamento das edições da revista literária promovidos pela Tinta-da-China.

Exprimo também a minha gratidão à Bárbara Bulhosa, diretora da editora Tinta-da-China, pela cooperação disponibilizada.

Aos autores Afonso Cruz, Alex Gozblau, João Gambino, Raquel Ribeiro, Ricardo Dias Felner, Rui Cardoso Martins, Sandro William Junqueira, Susana Moreira Marques, Tiago Rodrigues e Valério Romão, agradeço terem aceitado contribuir com o seu relevante testemunho.

Agradeço ao corpo docente e aos colegas do curso pelas aulas proporcionadas.

Ao João Ventura agradeço a disponibilidade para a revisão do trabalho.

Aos meus pais, irmã e avó um sincero agradecimento pelo incentivo que me permitiu concluir este desafio a que me propus.

À minha avó,

### *Querer é Poder*

O Padre António Vieira explicou num dos seus sermões que interrogar o poder é também, inevitavelmente, interrogar o querer: «O querer, e o poder, se divididos são nada, juntos, e unidos são tudo», pregou na Sé de Lisboa, em Janeiro de 1662, aquele a quem Fernando Pessoa atribuiu o título de Imperador da língua portuguesa. «O querer sem o poder é fraco, o poder sem o querer é ocioso, e deste modo divididos são nada. Pelo contrário o querer com o poder é eficaz, o poder com o querer é activo, e deste modo juntos, e unidos são tudo.»

Carlos Vaz Marques (2013: 8, *in* editorial da *Granta Portugal* 2)

## RESUMO

A presente dissertação, «No encaicho de *Novos Autores*: A edição da revista literária *Granta* em Portugal», tem por objeto de estudo a publicação *Granta Portugal*. Trata-se de um produto literário de origem inglesa, franquiado pela editora Tinta-da-China em 2013, com edição temática e periodicidade semestral, cujo conceito consiste na publicação de obras de autores consagrados juntamente com trabalhos de *Novos Autores* (tanto de texto como de imagem).

A dissertação centra-se na realização de uma análise a duas perspetivas que fazem parte da mesma «atividade coletiva»: a visão da editora (Tinta-da-China) e a perceção dos autores em princípio de atividade ou em progressão (*Novos Autores*). O propósito é averiguar que efeitos se refletiram na atividade particular destes intervenientes, com base nos números 1 a 4 da revista, publicados em 2013 e 2014.

O procedimento metodológico parte da identificação dos conceitos para discussão, nomeadamente, a *Granta Portugal*, a editora Tinta-da-China e os *Novos Autores*, bem como do reconhecimento das respetivas dimensões e indicadores que constituem o modelo de análise. Foi aplicada uma metodologia qualitativa, cujo método de investigação – que se considerou ser o mais ajustado à finalidade do estudo – consistiu na utilização de três instrumentos, a saber: análise documental, observação participante e entrevistas qualitativas *semidiretivas* e *não-diretivas*.

Perante a apresentação do estudo empírico são demonstradas as conclusões alcançadas sobre os efeitos da edição da *Granta Portugal*. Entre estas destaca-se a ponderada gestão estratégica editorial da Tinta-da-China, na sua qualidade de editora independente, tanto em relação a novos projetos como a novos vínculos contratuais, assim como a sua missão empenhada de descobrir e promover os autores. Os *Novos Autores* prosseguem a sua atividade com pouca rede de segurança, mas com o propósito de obterem reconhecimento pelas suas aptidões, a longo prazo.

**Palavras-chave:** Granta Portugal; Rede; Edição Estratégica de Livros; Economia Criativa; Políticas Editoriais; Função Autor; Tinta-da-China; Novos Autores

## ABSTRACT

The object of the research in this dissertation, ‘Tracking *New Authors*: the publication of the literary magazine *Granta* in Portugal’, is the magazine *Granta Portugal*. It is a literary product of British origin, first published in Portugal by the publishing house Tinta-da-China in 2013, with themed issues that come out on a bi-annual basis. The concept is to publish works by established authors alongside those of *New Authors* (of both text and image).

The dissertation is centred on an analysis of two aspects that are part of the same ‘collective activity’: the vision of the publisher (Tinta-da-China) and the perception of authors just starting out or developing (*New Authors*). The aim is to ascertain what effects were reflected in the specific activity of these contributors, based on issues 1 to 4 of the magazine, published in 2013 and 2014.

The methodological procedure adopted sets out to identify the concepts for discussion, notably *Granta Portugal*, the publisher Tinta-da-China, and the *New Authors*, along with the recognition of the respective sizes and indicators that make up the analysis model. A qualitative methodology has been applied, for which the research method – deemed the most suited to the research objective – consisted of the use of three instruments, namely: documentary analysis, participant observation, and *semi-structured* and *unstructured* qualitative interviews. Based on the empirical research presented, conclusions are made in respect of the effects that the publication of *Granta Portugal* has had. Notable among these are Tinta-da-China’s careful strategic editorial management, as an independent publisher, with regard to both new projects and new contractual ties, as well as its determined mission to discover and promote authors. The *New Authors* engage in their activity without much of a safety net, but with the long-term aim of obtaining recognition for their talents.

**Key words:** Granta Portugal; Network; Strategic Publication of Books; Creative Economy; Editorial Policies; Author Function; Tinta-da-China; New Authors

## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: REVISÃO DA LITERATURA</b> .....	<b>4</b>
NOTA PREAMBULAR – A « <i>rede de cooperação</i> » por Howard Becker .....	4
<b>GLOBALIZAÇÃO, POLÍTICAS CULTURAIS E ECONOMIA CRIATIVA</b> .....	<b>5</b>
1.1. Globalização cultural: considerações sobre o espaço da arte ajustado à lógica comunicacional das sociedades modernas .....	5
1.2. Políticas culturais: o modelo estratégico dos <i>governos nacionais</i> , das <i>cidades globais</i> e das <i>organizações culturais</i> incitado pela globalização .....	6
1.3. As indústrias criativas e a noção de economia criativa .....	9
<b>A EDIÇÃO DO LIVRO</b> .....	<b>12</b>
1.4. O livro: « <i>Um objecto mas não como os outros</i> » .....	12
1.5. Uma perspetiva cultural e económica sobre a edição de livros .....	12
1.6. Políticas culturais aplicadas ao sector editorial português .....	15
1.6.1. O apoio à edição de obras de <i>Novos Autores</i> portugueses .....	15
1.7. As Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação: impresso vs. digital .....	19
1.8. O estatuto do editor .....	20
1.9. A <i>cadeia de valor</i> aplicada à edição .....	22
1.10. Estratégias de gestão editorial: o <i>marketing</i> e a comunicação .....	23
1.10.1. <i>Marketing</i> digital e o canal de comunicação Facebook .....	26
1.11. O autor .....	27
1.11.1. A «construção da <i>função autor</i> » .....	27
1.11.2. Quadro conceitual: o «autor», o «escritor» e o «produtor de conteúdos» .....	30
1.12. O leitor .....	31
1.12.1. A <i>receção</i> , a <i>perceção estética</i> e a <i>fruição</i> do leitor .....	31
1.12.2. A experiência da leitura: <i>motivação</i> e <i>compreensão</i> .....	34
1.12.3. Da formação do leitor à leitura de textos literários .....	35
<b>CAPÍTULO II: CRITÉRIOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>36</b>
2.1. Modelo de análise .....	36
2.2. Modelo de pesquisa qualitativa .....	39
2.3. Instrumentos de recolha de dados .....	39
2.4. Objetivos e operacionalização dos métodos de pesquisa .....	40
2.4.1. Recolha documental .....	40

2.4.2. Observação participante .....	40
2.4.3. Entrevistas qualitativas: <i>semidiretivas</i> e <i>não-diretivas</i> .....	41
2.4.4. Construção dos guiões das entrevistas .....	42
2.4.4.1. Entrevistas <i>semidiretivas</i> .....	42
2.4.4.2. Entrevistas <i>não-diretivas</i> e questionário de caracterização dos entrevistados .....	42
<b>CAPÍTULO III: ESTUDO EMPÍRICO .....</b>	<b>43</b>
3.1. O objeto do estudo .....	43
3.1.1. A origem: <i>Granta Magazine</i> .....	43
3.1.2. O produto: <i>Granta Portugal</i> .....	44
3.1.3. O editor: Tinta-da-China .....	48
3.2. Exercício criterioso para demarcação dos <i>Novos Autores</i> a serem convidados a participar na entrevista <i>não-diretiva</i> .....	52
3.3. Nota biográfica sobre os 10 <i>Novos Autores</i> entrevistados .....	54
3.4. Análise: verificação das proposições provisórias enunciadas como hipóteses de resposta às questões de partida .....	57
3.4.1. Resultados obtidos em função da questão de partida (1).....	57
3.4.2. Resultados obtidos em função da questão de partida (2).....	60
3.4.3. Resultados obtidos em função da questão de partida (3).....	62
3.4.4. Resultados obtidos em função da questão de partida (4).....	68
3.5. Discussão da problemática - questão (5).....	74
3.5.1. Efeitos para o projeto editorial <i>Granta Portugal</i> .....	74
3.5.2. Efeitos para a editora Tinta-da-China.....	76
3.5.3. Efeitos para os <i>Novos Autores</i> .....	78
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>79</b>
<b>BIBLIOGRAFIA CITADA.....</b>	<b>83</b>
<b>WEBGRAFIA CITADA.....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>I</b>
A. Figuras .....	I
B. Guiões das entrevistas n.º 1, n.º 2, n.º 3 e n.º 4 e questionário .....	III
b1. Guião da entrevista n.º 1 (Carlos Vaz Marques) .....	III
b2. Guião da entrevista n.º 2 (Bárbara Bulhosa) .....	V
b3. Guião da entrevista n.º 3 (Carlos Vaz Marques).....	VII
b4. Guião da entrevista n.º 4 ( <i>Novos Autores</i> ) .....	VIII
b5. Questionário de caracterização dos entrevistados (da entrevista n.º 4) .....	VIII
C. Transcrição das entrevistas <i>semidiretivas</i> .....	IX
c1. Transcrição da entrevista n.º 1 .....	IX

c2. Transcrição da entrevista n.º 2 .....	XXI
c3. Transcrição da entrevista n.º 3 .....	XXXIII
D. Formação profissional (mestranda) .....	XXXIX

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - O «formato livro» da revista literária <i>Granta</i> (Anexos) .....	I
<b>Figura 2</b> - Modelos de Globalização Cultural .....	7
<b>Figura 3</b> - Definição de Economia Criativa pela NEFA .....	11
<b>Figura 4</b> - Dimensão e contributo do sector cultural e criativo para a criação de riqueza .....	13
<b>Figura 5</b> - Peso da edição nas indústrias do entretenimento e média (excerto da figura original) .....	14
<b>Figura 6</b> - Programas de apoio à edição da DGLB .....	16
<b>Figura 7</b> - Projetos e Entidades apoiadas por Programa e por Ano (2003-2006) ( <i>número</i> ) .....	17
<b>Figura 8</b> - Modelo da cadeia de valor segundo Michael Porter .....	22
<b>Figura 9</b> - Cadeia genérica de valor da edição (Mark Bide, 1997) .....	22
<b>Figura 10</b> - Da cadeia de valor ao sistema de valor no negócio da produção e reprodução de livros e da atividade de escrita e leitura de textos .....	23
<b>Figura 11</b> - Mapa do objeto de estudo para identificação da problemática .....	36
<b>Figura 12</b> - Capas dos números 1, 2, 3 e 4 da <i>Granta Portugal</i> .....	44
<b>Figura 13</b> - Exemplos de publicações a respeito da atividade dos <i>Novos Autores</i> anunciadas no Facebook da <i>Granta Portugal</i> (Anexos).....	II

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Modelo de análise: conceitos, dimensões e indicadores .....	37
<b>Quadro 2</b> - Grelha de tópicos para construção das entrevistas <i>semidiretivas</i> .....	42
<b>Quadro 3</b> - Lista dos autores que publicaram trabalhos nos números 1, 2, 3 e 4 da <i>Granta Portugal</i> e identificação dos <i>Novos Autores</i> de texto e de imagem, de nacionalidade portuguesa ou estrangeira, que residem/residiram ou que exercem/exerceram atividade profissional em Portugal .....	52

## GLOSSÁRIO

CD - *Compact Disc*

CNUCED - *Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement*

DGLAB - Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas

DGLB - Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas

DL - Depósito Legal

EMC - *European Marketing Confederation*

FEP - *Federation of European Publishers*

IBL - Instituto da Biblioteca Nacional e do Livro

ILTEC – Instituto de Linguística Teórica e Computacional

IPL - Instituto Português do Livro

IPLB - Instituto Português do Livro e das Bibliotecas

IPLL - Instituto Português do Livro e da Leitura

ISBN - *International Standard Book Number*

ISO - *International Organization for Standardization*

ISSN - *International Standard Serial Number*

NEFA - *New England Foundation for the Arts*

NTIC - Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

PALOP - Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

SAP - Sociedade Portuguesa de Autores

UCCLA - União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa

UIS - *UNESCO Institute for Statistics*

UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

WIPO - *World Intellectual Property Organization*

## INTRODUÇÃO

*A mão do autor e a mente do editor* é o título de um livro de Roger Chartier que, pelo seu «quiasma», insuflou pensamentos e ideias ao processo de elaboração deste estudo académico – que ocorre pela «consciência da dimensão coletiva de toda a produção textual» (2014: 7-16) e, essencialmente, pelo reconhecimento de uma união de esforços entre autor e editor. Pela circunstância de, em 2013, a *Granta: The Magazine of New Writing* ser franquida em Portugal através da editora Tinta-da-China, considerou-se oportuno acompanhar a publicação dos primeiros quatro números da revista literária *Granta Portugal* e torná-la o objeto deste estudo. A *Granta* é uma revista inglesa originária da universidade de Cambridge (1889) que nas últimas três décadas (desde 1979) teve uma edição especificamente literária, «não no sentido de manifesto político ou literário», mas com «crença no poder e urgência da história e da sua capacidade suprema para descrever, iluminar e tornar real»<sup>1</sup>. Trata-se de uma publicação periódica e temática, com edição própria em alguns países, na qual prevalece o texto, mas onde também há espaço para a imagem (ensaio fotográfico e ilustrações), e que tem o conceito de publicar obras de autores consagrados a par com trabalhos de autores emergentes.

Face à passagem de um período político contencioso no contexto económico, cultural e social português, as características que definem este objeto de estudo reforçaram e acrescentaram valor aos motivos inicialmente mencionados, nomeadamente pela edição em rede de um produto externo (em expansão global), pela reação de uma editora face às conjunturas desfavoráveis e pela oportunidade conferida a autores emergentes de publicarem trabalhos inéditos.

Quatro notas a reter na leitura deste trabalho: primeiramente entendeu-se utilizar a expressão *Novos Autores* sempre que o assunto se referir aos autores em princípio de atividade ou em progressão – tanto os de texto como os de imagem. Não obstante a literatura sobre a edição de livros pender para os autores de texto (*escritores*), e atendendo à motivação da *Granta* de reconhecer o valor e promover o trabalho de autores emergentes, também os *Novos Autores* de imagem (*fotógrafos* e *ilustradores*) estão contemplados no estudo – até porque a exibição deste género de obras artísticas não se reserva somente a lugares expositivos públicos (de qualidade efémera), mas também à edição impressa (de qualidade imutável). A terceira nota considera a fixação de limites ao objeto de estudo, o que significa que se ponderou que os primeiros quatro números da publicação conferiam o suporte exigido à realização deste trabalho. O quarto critério diz respeito ao facto de a *Granta* ser um produto com edição periódica mas ter-se decidido que a abordagem seria feita atendendo às especificidades de um livro e não de uma revista (ainda que nesta exposição escrita seja utilizada por diversas vezes a de-

---

<sup>1</sup> *Granta – The Magazine of New Writing. About.* [Em linha]

signação «revista literária» como forma de expressão), pelas seguintes razões: tem o formato de um livro (ver Figura 1 nos Anexos); é registada no ISBN, além de ser inscrita no ISSN e no Depósito Legal<sup>2</sup>; e também porque não é comercializada em quiosques ou bancas similares.

Enunciaram-se, à partida, quatro questões objetivas, que determinaram como título do trabalho «No encaço de *Novos Autores*: A edição da revista literária *Granta* em Portugal»:

- (1) Que motivações conduziram uma editora portuguesa, de estrutura independente, a publicar – em 2013 – uma revista literária?
- (2) Que razões justificam a opção pela exploração de um «produto literário» através de um contrato de franquia, em vez da edição de um modelo periódico original?
- (3) Que efeitos a edição da *Granta Portugal* tem para a Tinta-da-China, na relação de vínculo entre a editora e os *Novos Autores*?
- (4) Que efeitos gerais a publicação de trabalhos (de texto e de imagem) na *Granta Portugal* tem para os *Novos Autores*?

Para responder a estas questões, foi ponderado e desenhado um mapa do objeto de estudo que possibilitou assumir-se que o campo de pesquisa circunscreve duas perspetivas, a da editora Tinta-da-China e a dos *Novos Autores*. Como tal, a problemática deste estudo entende-se pela seguinte questão:

- (5) Com a edição da *Granta Portugal* (números 1, 2, 3 e 4), que efeitos se salientaram na estratégia editorial da Tinta-da-China e no percurso dos *Novos Autores* (de texto e de imagem)?

A presente dissertação reparte-se em três grandes capítulos, a saber: I - Revisão da Literatura; II - Critérios Metodológicos e III - Estudo Empírico. Considerou-se ainda adequado suportar determinadas secções do descritivo com documentação diversa (complementar) – exposta nos Anexos –, entre os quais a transcrição integral (editada) das entrevistas ao diretor da *Granta Portugal* e à diretora da Tinta-da-China, por ter-se considerado que mencionam outras informações relevantes (sobre o objeto do estudo), além das citadas na análise. As entrevistas e os questionários aos *Novos Autores* não se apresentam transcritas, uma vez que todas as informações importantes estão referidas na discussão.

Na «Revisão da Literatura» demarcam-se as dimensões teóricas que conduzem e sustentam os propósitos da análise (apresentada no Capítulo III). Por se tratar de um objeto que se insere no sector das indústrias criativas, e cuja edição se encontra em processo de expansão geográfica (em rede), considerou-se pertinente refletir num primeiro momento sobre as consequências da Globalização Cultural assim como sobre as Políticas Culturais e a noção de Economia da Cultura incitadas por este processo. De modo contíguo, encontra-se ponderada uma

---

<sup>2</sup> Com exceção para a *Granta Portugal* n.º 1, que está apenas registada no ISSN.

definição de Economia Criativa, a qual evoca outros conceitos indispensáveis, como por exemplo: *royalties*, *intellectual property* ou *copyright*. A segunda parte do Capítulo I é dedicada à Edição do Livro. Tem início com uma tentativa de definição deste objeto (o livro), seguida por uma perspetiva cultural e económica desta indústria, também pela referência às medidas políticas culturais, em particular as de apoio à edição de obras de *Novos Autores* portugueses, e também por uma nota sobre as NTIC. A Revisão da Literatura contempla ainda três tópicos destinados a considerações sobre o editor, o autor e o leitor.

O Capítulo II - Critérios Metodológicos torna explícitos os procedimentos do modelo de análise, assim como descreve os instrumentos de recolha de dados, os objetivos e a operacionalização dos métodos de pesquisa.

Segue-se o Capítulo III - Estudo Empírico, no qual está apresentado o objeto do estudo (o produto) e as entidades que lhe são inerentes (a editora Tinta-da-China e os autores). Relativamente aos autores, deixa-se esclarecido que está justificada e descrita uma caracterização dos *Novos Autores* escolhidos dos números 1, 2, 3 e 4 da *Granta Portugal* como informadores privilegiados. Em continuação está patente a discussão dos resultados adquiridos – a análise.

O trabalho é concluído com uma síntese dedutiva do diagnóstico realizado.

Comunica-se ainda que este trabalho foi escrito conforme as normas do «Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, de 1990 – em vigor desde 2009»<sup>3</sup>, mas que, nas citações, optou-se por manter a grafia original publicada.

---

<sup>3</sup> Confirmado no Portal da Língua Portuguesa, do ILTEC [Em linha].

## CAPÍTULO I: REVISÃO DA LITERATURA

### NOTA PREAMBULAR – A «rede de cooperação» por Howard Becker

Sempre que o artista depende de outras pessoas, existe uma cadeia de cooperação.

Becker, 2010 [1982]: 46

A caracterização dos *Mundos da Arte*, de Howard Becker (2010 [1982]), é uma leitura abrangente e recomendável, mas somente a noção de «rede de cooperação» relacionada com a «divisão do trabalho» e com as «convenções artísticas» servirá este sucinto apontamento.

Becker (2010: 54) identifica a existência de um «mundo da arte como uma rede estabelecida de cadeias cooperativas que ligam os participantes entre si», sendo que o autor (o «artista») está enquadrado no núcleo organizacional, mas «todos os intervenientes» executam tarefas essenciais à concretização do objeto artístico (*idem*, 46). Isto é, nas atividades artísticas coletivas, Becker «inclui os que concebem a ideia da obra, os que a executam, os que fornecem o respetivo equipamento ou material, os que a colocam no mercado e os que formam o seu público» (Santos, 1994: 420), e atenta que esta união de esforços pode ser de curta duração mas é essencialmente uma prática constante e adquirida – ou seja, rotineira (Becker, 2010 [1982]: 27).

Todas as obras de arte [...] implicam uma certa divisão do trabalho entre um grande número de pessoas.

Becker, 2010 [1982]: 37-38

A «divisão do trabalho» requer que cada participante se encarregue de produzir um conjunto de «tarefas muito específico» para a mesma finalidade, sendo que esta cooperação não obriga à partilha do mesmo espaço de trabalho pelos diversos intervenientes (*idem*, 37). Todavia, o autor tanto pode confiar na especialização de cada encarregado, como pode determinar o método de execução das tarefas, ou até assumir a realização das mesmas (*idem*, 47).

Mas, como regra de procedimento, qualquer «rede de cooperação» atua a partir de «convenções artísticas» fiáveis e comprovadas, «embora qualquer convenção possa ser revista, tendo em conta a necessidade de se satisfazer especificamente um determinado trabalho» (*idem*: 49). Por condição, «as convenções facilitam a atividade coletiva e proporcionam uma considerável economia de tempo, de energia e de outros recursos; contudo não é impossível trabalhar à margem dessas convenções, é apenas mais difícil e mais oneroso sob todos os pontos de vista» (*idem*, 54).

## GLOBALIZAÇÃO, POLÍTICAS CULTURAIS E ECONOMIA CRIATIVA

### 1.1. Globalização cultural: considerações sobre o espaço da arte ajustado à lógica comunicacional das sociedades modernas

Conforme Crane (2002: 19), a globalização cultural é um processo dinâmico e contínuo, podendo a sua interpretação ser orientada pelos diferentes modelos teóricos que têm acompanhado as dimensões de carácter evolutivo e imprevisível deste fenómeno. Através de Giddens (1990, *apud* Melo, 2002: 89-90) é praticável averiguar-se um dos métodos de «carácter dialéctico» da globalização<sup>4</sup> – a combinação espaço/tempo –, que equivale a uma nova forma de interpretação das relações sociais, que agora se efetiva em rede, num espaço global (anulando, por isso, a noção de «sociedade fechada»). Uma das influentes dinâmicas deste processo foi a «extensão planetária dos média», – a informação multiplicou-se, difundiu-se e de modo sincrónico chegou a todo o lado e a todas as pessoas (Melo, 2002: 88). De assinalar que tal fenómeno decorreu do desenvolvimento industrial<sup>5</sup> que impulsionou a «transformação das tecnologias da comunicação». É também oportuno lembrar que antes da globalização, quer por meio de estados de tensão política, quer por razões de ordem mercantil ou até religiosa, a cultura já «circulava», ainda que com fortes limitações (Appadurai, 2004: 43-44).

Importa reter, a propósito da noção de «proximidade cultural», a influência que teve, primeiramente, a formação das colónias (Appadurai, 2004: 45), mas, sobretudo, os riscos da ulterior e estrondosa inovação da «tecnociência», a par da expansão dos modelos «capitalismo», «individualismo» e do desenfreado «consumismo», que permitiram que se formasse uma *Cultura-Mundo* (Lipovetsky, 2011: 84). Neste novo espaço, onde a *palavra* perdeu valor em proveito da *imagem* e da *música* e se estabeleceu o «culto do ecrã» (*idem*, 2011: 77), onde o desejo de consumo se propagou, onde «tudo é válido», «tudo é cultural» (*idem*, 2011: 79), também porque agora «o local é global e o global é local» (Melo, 2002: 43), está visivelmente patente a incoerência de um processo que, por um lado, tende a ser «cosmopolita», mas que, ao mesmo tempo, não consegue rejeitar as «origens», permitindo resultados híbridos através de vários tipos de interligações<sup>6</sup> (Lipovetsky, 2011: 88-90).

Isto acontece porque, como refere Melo (2002: 47), este processo de escala global forçou a cessão de algumas ideias da «cultura singular», como é o caso da *identidade* enquanto *patri-*

---

<sup>4</sup> Para uma definição de globalização ver Urzúa (2000). «International migration, social science, and public policy». *International Social Science Journal*, 52 (165), 421-429.

<sup>5</sup> Que se insere na quarta dimensão da globalização identificada por Giddens (1990, *apud* Melo, 2002: 92), a «divisão internacional do trabalho», sendo as outras três: a «economia capitalista mundial», o «sistema dos Estados-nação» e a «ordem militar mundial».

<sup>6</sup> O modelo teórico *fluxos culturais ou rede* entende a globalização como «a process that is increasing international dialogue, empowering minorities, and building progressive solidarity» (Curran e Park, 2000: 10, *apud* Crane, 2002: 9).

*mónio* (*idem*, 2002: 52), e, sobretudo, no sentido em que o horizonte cultural do indivíduo passou a não estar confinado ao seu «território geográfico». Em suma, se à partida se poderia pensar que a *Cultura Global* iria apenas criar, por ação do modelo «capitalismo», «homogeneidade» e «uniformidade» (de carácter americanizado)<sup>7</sup>, verificou-se também que permitiu a «diversidade» e a «heterogeneidade» (Lipovetsky, 2011: 81-83). Lipovetsky (2011: 90) esclarece esta relação ao referir que, «quanto mais os indivíduos participam na *Cultura-Mundo*, mais comprovam a necessidade de defender as suas identidades cultural e linguística».

Como consequência da globalização, duas medidas conotativas permitiram demarcar os «valores» e as «práticas» daqueles que formam o sistema das artes: a *segmentação* e a *hierarquização* (Melo, 2001: 126-127). A *hierarquização* implicou modificações na «divisão social do trabalho cultural» – como, por exemplo, «a profissionalização dos criadores e a valorização dos agentes mediadores» (Santos, 1994: 125)<sup>8</sup>. É imperativo que se pondere sobre o papel do *intermediário*, que agora tem uma função mais alargada e influente, porque já não tem somente a missão de mediar ações entre criador e público. Faz, presentemente, parte de toda a dimensão transversal do processo artístico nas variadas culturas (Melo, 2002: 85).

Com a globalização, o sector cultural tanto alcançou alargadas medidas, como conferiu condições para que este processo mundial de incorporação e partilha se adiantasse (Mateus 2010: 4). Porém, é pertinente esclarecer que a globalização cultural não configura apenas um processo de «internacionalização» da mesma, mas sim uma integração do sector no espaço das ações produtivas e económicas mundiais (Rubim, 2010: 258-259).

## **1.2. Políticas culturais: o modelo estratégico dos governos nacionais, das cidades globais e das organizações culturais incitado pela globalização**

Cultural globalization is a process that involves competition and negotiation as organizations and countries attempt to preserve, position, or project their cultures in global space.

Crane, 2002: 4

---

<sup>7</sup> A teoria do *imperialismo cultural* integra um dos modelos teóricos da globalização cultural e caracteriza-se por não obstar a uma «dominação cultural» (Crane, 2002: 1). «*Building on ideas from world-systems theory, the theory argues that the global economic system is dominated by a core of advanced countries while Third World countries remain at the periphery of the system with little control over their economic and political development*» (Tomlinson, 1991: 37, *apud* Crane, 2002: 2-3).

<sup>8</sup> Relembra-se ainda que, antes de se instalar na sociedade a noção de *Cultura de Massas*, a «produção em série» demonstrou uma tendência racional semelhante à que se viria a impor, e que se revelou pela «eficácia na organização do ciclo de fabricação e capacidade de inovar, diversificar e seleccionar» (Santos, 1994: 116). Porém, fez levantarem-se questões derivadas do «alargamento do público», porque, por um lado, permitiu aos criadores ganharem independência, mas por outro, confrontou-os com um consumidor pouco distinto cultural e socialmente (Santos, 1994: 117).

<i>Model</i>	<i>Process of Cultural Transmission</i>	<i>Principal Actors, Sites</i>	<i>Possible Consequences</i>
Cultural imperialism Media imperialism	Center-periphery	Global media conglomerates	Homogenization of culture
Cultural flows/ networks	Two-way flows	Regional and national conglomerates and corporations	Hybridization of culture
Reception theory	Center-periphery; multidirectional	Audiences, publics, cultural entrepreneurs, gatekeepers	Negotiation, resistance
Cultural policy strategies e.g., preservation, resistance, reframing, glocalization	Framing of national cultures	Global cities, museums, heritage sites, cultural memory, media, ministries of culture and trade	Competition, negotiation

**Figura 2 - Modelos de Globalização Cultural**

Fonte: Crane, 2002: 2

O Conselho da Europa foi constituído em 1949 e fixado em Estrasburgo<sup>9</sup> para, entre outros propósitos, «favorecer a tomada de consciência e a valorização da identidade cultural na Europa e a sua diversidade». E por sua ação, em 1954 foi instituída a Convenção Cultural Europeia para os «domínios da educação, cultura, património, juventude e desporto»<sup>10</sup>.

Já em 1959, estabeleceu-se o primeiro Ministério da Cultura. A iniciativa de criar o «Ministério dos Assuntos Culturais na França»<sup>11</sup> partiu do escritor e político André Malraux e teve como principal missão ajustar uma organização através da qual a política pudesse interferir na cultura, tal como já acontecia com a educação ou com a saúde. Ou seja, «a cultura era o fim e a política apenas um recurso para atingir esse fim» (Rubim, 2010: 250). Assim, acionou-se a «Política Cultural», decretou-se o modelo de democratização cultural que determinava «a preservação, a difusão e o acesso ao património cultural ocidental e francês, canonicamente entronizado como a cultura» e estimulou-se «a criação de obras de arte e do espírito» (*idem*: 251). Porém, em 1968, as críticas que já vinham a colocar em causa «hierarquias e cânones» deste modelo foram consumadas por estudantes em protestos de vandalismo material. Para o sobrevir, organizou-se um novo modelo designado por «Democracia Cultural», que integrou sobretudo alguns princípios de «descentralização das intervenções culturais» (*idem*: 252).

<sup>9</sup> *O que é o Conselho da Europa?* [Em linha].

<sup>10</sup> Ver os restantes objetivos em *Conselho da Europa* [Em linha].

<sup>11</sup> Sobre o «Ministério dos Assuntos Culturais» ver, entre outros, Urfalino (2004), Fernández (2007) e Rubim (2010).

Com este arranque, a matéria Políticas Culturais por intervenção da UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) passou também a integrar a agenda pública internacional e a ser assunto privilegiado nas suas iniciativas<sup>12</sup> (Rubim, 2010: 253). Deste modo, foi notada uma «emergência do tema na cena pública mundial, com significativas repercussões em inúmeros países» (*idem*, 2010: 255), e tal impressão visou «assinalar e desenvolver o papel estratégico da cultura na construção e/ou consolidação do nacional» (*idem*, 2010: 255)<sup>13</sup>. Como exprime Crane (2002: 19), trata-se de estratégias dos «governos nacionais», das «cidades globais» e das «organizações culturais» para o «enquadramento das culturas nacionais».

O contributo da UNESCO foi fundamental para tornar as Políticas Culturais idóneas e iminentes (Rubim, 2010: 262-263). E, na ótica do mesmo autor, um dos desafios que se impõe, atualmente, passa por projetar Políticas Culturais que atuem num espaço onde prevalecem os benefícios comerciais – visto que as mais influentes organizações culturais são privadas – e onde imperam as redes, o digital e o eletrónico (*idem*: 265-267).

Mateus (2010: 11) aviva ainda que, «embora seja necessário destacar o papel da UNESCO, convém salientar a crescente atenção prestada ao sector criativo e cultural por outras instituições do sistema das Nações Unidas, como a CNUCED (*Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement*), por instituições de cooperação internacional do mundo mais “desenvolvido”, como a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico), e, no nosso caso particular, com a União Europeia».

Num painel atual, por resolução da Comissão Europeia, encontra-se em vigor (2014-2020) o programa Europa Criativa de «apoio aos sectores cultural e criativo» com «um orçamento de 1.4 mil milhões de euros» distribuído pelo *subprograma MEDIA* (56 % para o «sector cinematográfico e audiovisual»), pelo *subprograma Cultura* (31 % para as «restantes expressões culturais e artísticas») e pela *vertente intersectorial* (13 % para «outras iniciativas»<sup>14</sup>), e que em termos gerais objetiva «garantir a salvaguarda e a promoção da diversidade cultural e linguística europeias» e «reforçar a competitividade dos sectores cultural e criativo, com vista a promover um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo»<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> Sugere-se a consulta do quadro sobre as «principais iniciativas culturais da UNESCO» em Rubim (2010: 253) ou no portal da UNESCO.

<sup>13</sup> Baseado na opinião de Bolán, Eduardo Nivón (2006). *La Política Cultural. Temas, Problemas y Oportunidades*. Cidade do México: Conselho Nacional para a Cultura e as Artes.

<sup>14</sup> Nomeadamente «os prémios europeus de entre outros, arquitetura, literatura, proteção do património, cinema e música», «a Marca do Património Europeu», «as Capitais Europeias da Cultura», «o European Border Breakers Awards», «o apoio financeiro a projetos intersectoriais», «o Fundo de Garantia no valor de €121M que facilitará o acesso das PME's dos sectores cultural e criativo, ao financiamento bancário (em vigor a partir de 2016)» e «o financiamento dos Creative Europe Desks».

<sup>15</sup> Sobre *Europa Criativa* [Em linha].

A cultura acrescenta à economia um delta de humanidade, de criação e de inovação.

Vilar, 2007: 140

Conforme admitiu a especialista em *economia da cultura* Françoise Benhamou, foram poucos os economistas que reconheceram na arte ou na cultura algum proveito ou valor como bem ou serviço (2000: 3). O primeiro indício de reconhecimento aconteceu só em 1994, com a publicação<sup>16</sup> de um inquérito (relativo à estatística), orientado por outro perito deste ramo da economia, David Throsby. Segundo Benhamou (2000: 5), a *economia da cultura* foi, progressivamente, «expandindo o seu território e os seus métodos», e fatores como «a propensão para gerar fluxos de receita ou postos de trabalho», «a necessidade de avaliação de decisões culturais» ou «a propagação da economia política para novos campos» tornaram-se de tal modo evidentes que motivaram esse reconhecimento institucional.

Reforça-se também aqui a função da UNESCO que, ao homologar a importância da estatística e da análise de dados para a formulação de políticas e a medição do contributo económico no âmbito cultural, criou em 1999, em nome próprio, o Instituto de Estatística (UIS - *UNESCO Institute for Statistics*). A avaliação do valor acrescentado das atividades culturais concretiza-se através da medição da contribuição das mesmas em relação ao PIB; do emprego na cultura; e das despesas das famílias com bens culturais e serviços (UNESCO, 2012: 38).

### 1.3. As indústrias criativas e a noção de economia criativa

Com o alcance do horizonte internacional, nos últimos anos foram diversas as manifestações que colocaram o *conhecimento* no modo como descrevemos a sociedade. A título de exemplo, foram introduzidas e aplicadas expressões como «*sociedade do conhecimento*» e «*sociedade da informação*»<sup>17</sup> (Jameson<sup>18</sup>, *apud* Rubim 2010: 257), e mais recentemente assistiu-se a uma nova tendência que se exprime em manifestações como «*indústria criativa*» e «*economia criativa*» (Hartley<sup>19</sup> e Howkins<sup>20</sup>, *apud* Rubim 2010: 258) – convenientes para este estudo.

---

<sup>16</sup> Artigo publicado no *Journal of Economic Literature* (Benhamou, 2000: 5).

<sup>17</sup> Um sentido para as expressões: «The idea of the *information society* is based on technological breakthroughs. The concept of *knowledge societies* encompasses much broader social, ethical and political dimensions» (UNESCO, 2005: 17).

<sup>18</sup> Jameson, F., 1991. *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press.

<sup>19</sup> Hartley, J., 2005 (org.). *Creative industries*. Oxford: Blackwell Publishing.

<sup>20</sup> Howkins, J., 2001. *The creative economy. How people make money from ideas*. Londres: Penguin Press.

A veloz globalização, o crescimento económico, o desenvolvimento social e, principalmente, o novo território das «*tecnologias de informação e comunicação*» fomentaram a emergência de uma nova significação para dar amplitude ao conceito de *indústrias culturais*<sup>21</sup> – as *indústrias criativas* (Mateus, 2010: 15). Duas definições sobre o «novo» sector:

The creative industries supplying goods and services that we associate with cultural, artistic, or simply entertainment vale.

Caves, 2000: 1

Atividades que têm a sua origem nas competências e nos talentos criativos individuais e que têm um potencial de criação de riqueza e de emprego através da geração e valorização da propriedade intelectual.

Mateus, 2010: 15<sup>22</sup>

Nas *indústrias criativas* incluem-se os «produtos relativos a *design*, artesanato, artes visuais, edição, novos média e audiovisuais e serviços relacionados com publicidade, arquitetura, investigação e desenvolvimento [...] e outros serviços pessoais, culturais e recreativos» (Mateus, 2013: 21)<sup>23</sup>. Ainda pela mesma fonte (CNUCED)<sup>24</sup>, Mateus (2013: 20) menciona que «o modelo do comércio internacional criativo [...] considera três grandes tipos de trocas comerciais criativas: os bens e serviços de *indústrias criativas* (como um livro), os produtos de *indústrias relacionadas* (como equipamento para impressão do livro) e os *royalties* e outros serviços (como o direito de autor sobre a obra literária)».

Um parêntese para uma breve nota conceitual sobre contratos nas *indústrias criativas*. No panorama atual – sistémico, comercial e criativo –, o termo *royalties* emprega-se para referenciar um pagamento percentual acordado entre terceiros e o criador (proprietário), sobre o uso e a receita da propriedade (como «patentes», «obras com direitos autorais» ou «franquias»<sup>25</sup><sup>26</sup>). E, conforme reflete Newbiggin (2010: 30), numa sociedade global onde a *World Wide Web* (www) se fixou como o seu símbolo mais influente de partilha de informação, tornou-se essencial que se instituisse um sistema que crie «acordos e parâmetros comuns na aplicação de códigos e normas» da propriedade intelectual (2010: 29). Para a *World Intellectual Pro-*

---

<sup>21</sup> Que se entende pelas «atividades envolvidas na produção e distribuição de bens simbólicos cujo valor deriva da sua função de veículos de significados e conteúdos» (Mateus: 2010: 15).

<sup>22</sup> Fonte: Creative Industries Mapping Document, DCMS Creative Industries Task Force, 1998.

<sup>23</sup> Fonte: CNUCED, Relatório da Economia Criativa 2010. Ver também Mateus, 2013: 26-27.

<sup>24</sup> Sugerido pela *Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento*. Ver também Mateus, 2013: 26-27.

<sup>25</sup> Na definição da BFA, British Franchise Association (*apud* Hall e Dixon, 1990: 12), a *franquia* ou «um *franchise* é uma licença contratual concedida por um indivíduo (o franquizador) a outro (o franquiado)».

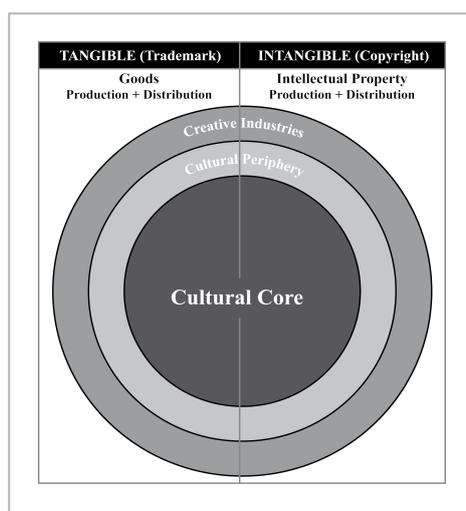
<sup>26</sup> Sobre *Royalty* [Em linha].

*perty Organization* (WIPO), o termo refere-se a «criações da mente», nomeadamente: invenções; obras literárias e artísticas; *design* e símbolos, nomes e imagens utilizadas para fins comerciais. Trata-se de direitos de propriedade que protegem os criadores – proprietários das *patentes*, das *marcas registadas* (*copyright*) ou dos *direitos de autor* – e que permitem que, por lei, tenham a garantia de benefícios pela sua criação<sup>27</sup>.

Por meio destes termos, obtém-se, através de um quadro de investigação intitulado «*The Creative Economy: A New Definition*», conduzido pela NEFA – New England Foundation for the Arts, uma definição para *economia criativa*, também ilustrada na Figura 3.

[...] is represented by the ‘cultural core.’ It includes occupations and industries that focus on the production and distribution of cultural goods, services and intellectual property.

DeNatale e Wassall, 2007: 10



**Figura 3 - Definição de Economia Criativa pela NEFA**

Fonte: DeNatale e Wassall (2007: 10)

As dificuldades na elaboração de uma definição sobre *economia criativa*, bem como na medição do seu espaço, devem ser admitidas pela sua «ampla e complexa herança cultural», motivo pelo qual esta disciplina diverge dos outros sectores da economia (Newbiggin, 2010: 13). No caso nacional, conforme expressam as conclusões do relatório sobre «O Sector Cultural e Criativo em Portugal» (Mateus, 2010: 122), «os processos de interpenetração entre a cultura e a economia e de penetração da criatividade nas atividades económicas convencionais já adquiriram alguma expressão», estando o país posicionado «entre um grupo de economias e sociedades mais desenvolvidas e um grupo de economias emergentes e sociedades em transição» (no âmbito das economias da União Europeia).

<sup>27</sup> Sobre *Intellectual Property* [Em linha].

## A EDIÇÃO DO LIVRO

### 1.4. O livro: «*Um objecto mas não como os outros*»<sup>28</sup>

Uma tentativa de compreensão sobre o que é o livro, por quem o considera *indefinível*:

Na mão não é senão papel e o papel não é o livro. E, no entanto, o livro também está nas páginas, pois só o pensamento, sem as palavras impressas, não formaria um livro.

Escarpit, 2000, *apud* Furtado, 2000: 20

Sobre o conceito de livro, determinou-se deixar aqui prenunciada apenas outra percepção<sup>29</sup>. Aquela que atribui ao livro uma dupla significação inerente: «material» enquanto «objecto» e «espiritual» na sua «função» (Furtado, 2000: 13-16). Ou seja, como se pronuncia Anselmo (1991: 8-9): a visão do livro enquanto «mercadoria espiritual» que «não deixa de ser mercadoria pelo facto de ser espiritual».

No panorama sociocultural, é importante mencionar que «os livros são essenciais para o envolvimento dos cidadãos na vida económica, social, cultural e política, especialmente tendo em atenção a emergência da *economia do conhecimento* e a crescente procura de competências de literacia que lhes estão associadas» (AAVV, 2014: 1, *apud* Neves *et al.* 2014: 92).

Uma adenda, do ponto de vista normativo, sobre a identificação exclusiva atribuída a livros e publicações não periódicas através do *International Standard Book Number* (ISBN), cujas especificações e regras são estabelecidas pela norma internacional padrão (*International Organization for Standardization*) ISO 2108:2005. O registo de publicações de tipo seriadas concretiza-se com a atribuição do *International Standard Serial Number* (ISSN) de acordo com a norma técnica ISO 3297:2007.<sup>30</sup>

### 1.5. Uma perspetiva cultural e económica sobre a edição de livros

Uma editora é definida não apenas pela informação que publica mas também pela que não publica.

Horowitz, 1986<sup>31</sup>, *apud* Medeiros, 2009: 132

---

<sup>28</sup> Furtado (2000: 20).

<sup>29</sup> Sobre o conceito de *livro* ver Abel Barros Baptista (1998), também sugerido em José Afonso Furtado (2000).

<sup>30</sup> ISBN e ISSN [Em linha] e Sobre ISBN e ISSN [Em linha].

<sup>31</sup> Horowitz, Irving (1986), *Communicating Ideas. The Crisis of Publishing in a Post-Industrial Society*. New York, Oxford: Oxford University Press.

A atividade editorial livreira é traçada como um «instrumento institucional de mediação entre autores e públicos» (Medeiros, 2009: 132), e significa «simultaneamente arte, ofício e negócio»<sup>32</sup>, que exige do editor conhecimento literário, faculdade para seleção de textos, informações técnicas e aptidão comercial (Unwin, 1952: 9). Neves (2015: 39) esclarece ainda que esta atividade «não obedece a qualquer regulamentação específica», tanto no registo no sistema ISBN como no DL (Depósito Legal).

Se anteriormente já foi expressa a persistente recusa dos economistas em reconhecer valor na cultura como bem ou serviço, neste ponto pretende-se manifestar que também os editores de livros resistiram à «abordagem económica» por considerarem «uma intrusão no exercício de uma atividade eminentemente cultural» (Furtado, 2009: 13).

Mas Furtado (2009: 13) elucida-nos que a articulação da economia e da gestão com a edição não é assim tão descabida, como durante muito tempo se fez crer. Citando Paladino (1997: 17, *apud* Furtado, 2009: 13-14) justifica a ideia: «[...] uma editora apresenta todas as dinâmicas de qualquer empresa (económicas, organizacionais, financeiras, fiscais) e, além disso, as dinâmicas cultural e social» (sobre estratégias de gestão editorial ver o tópico 1.10).

Resultado disso é a atividade editorial estar indicada como «um dos sectores culturais com maior peso económico» (a título de exemplo consultar na Figura 4 os dados nacionais entre 2000 e 2006), mesmo sendo consensual que «o valor do livro não pode ser reduzido ao de uma mera mercadoria» pelo seu «carácter cultural» (Neves *et al.*, 2012-I: 17).

SECTOR CULTURAL E CRIATIVO	Domínio	Sector	Valor Acrescentado Bruto (VAB)						Crescimento Acumulado	Taxa média crescimento anual
			2000		2005		2006			
			Euros	%	Euros	%	Euros	%	2000/2006	2000/2006
Atividades Culturais Nucleares	Artes Performativas	69.179.646	2,2%	138.185.967	3,8%	143.757.183	3,9%	107,8%	13,0%	
	Artes visuais e criação literária	60.260.845	1,9%	99.800.670	2,8%	101.365.606	2,7%	68,2%	9,1%	
	Património Histórico e Cultural	19.741.261	0,6%	31.700.414	0,9%	32.372.417	0,9%	64,0%	8,6%	
<b>Atividades Culturais Nucleares (Total)</b>		<b>149.181.752</b>	<b>4,8%</b>	<b>269.687.052</b>	<b>7,5%</b>	<b>277.495.207</b>	<b>7,5%</b>	<b>86,0%</b>	<b>10,9%</b>	
Indústrias Culturais	Cinema e vídeo	114.197.227	3,7%	160.930.515	4,5%	164.747.885	4,5%	44,3%	6,3%	
	Edição	1.134.385.700	36,5%	1.213.460.978	33,7%	1.263.546.144	34,2%	11,4%	1,8%	
	Música	8.238.870	0,3%	7.003.560	0,2%	7.299.921	0,2%	-11,4%	-2,0%	
	Rádio e Televisão	462.144.539	14,9%	476.910.165	13,3%	488.177.453	13,2%	5,6%	0,9%	
	Bens de equipamento	317.343.331	10,2%	380.972.709	10,6%	375.658.624	10,2%	18,4%	2,9%	
	Distribuição/Comércio	326.628.603	10,5%	382.951.788	10,7%	387.855.586	10,5%	18,7%	2,9%	
	Turismo Cultural	173.380.774	5,6%	209.272.463	5,8%	220.873.371	6,0%	27,4%	4,1%	
<b>Indústrias Culturais (Total)</b>		<b>2.536.319.044</b>	<b>81,5%</b>	<b>2.831.502.179</b>	<b>78,7%</b>	<b>2.908.158.984</b>	<b>78,8%</b>	<b>14,7%</b>	<b>2,3%</b>	
Atividades Criativas	Arquitectura	14.290.931	0,5%	25.002.608	0,7%	25.440.449	0,7%	78,0%	10,1%	
	Design	4.803.925	0,2%	7.344.508	0,2%	7.473.124	0,2%	55,6%	7,6%	
	Publicidade	14.040.639	0,5%	17.790.594	0,5%	18.102.140	0,5%	28,9%	4,3%	
	Serviços de software	19.108.049	0,6%	22.529.601	0,6%	24.652.049	0,7%	29,0%	4,3%	
	Componentes Criativas em outras actividades	373.439.653	12,0%	421.787.226	11,7%	429.356.640	11,6%	15,0%	2,4%	
<b>Atividades Criativas (Total)</b>		<b>425.683.197</b>	<b>13,7%</b>	<b>494.454.538</b>	<b>13,8%</b>	<b>505.024.404</b>	<b>13,7%</b>	<b>18,6%</b>	<b>2,9%</b>	
<b>SECTOR CULTURAL E CRIATIVO (Total)</b>		<b>3.111.183.994</b>	<b>100%</b>	<b>3.595.643.769</b>	<b>100%</b>	<b>3.690.678.594</b>	<b>100%</b>	<b>18,6%</b>	<b>2,9%</b>	
<b>% no VAB Nacional</b>		<b>2,9%</b>		<b>2,8%</b>		<b>2,8%</b>				

**Figura 4 - Dimensão e contributo do sector cultural e criativo para a criação de riqueza**  
 Fonte: Augusto Mateus e Associados, O Sector Cultural e Criativo em Portugal. Relatório Final, Janeiro 2010

<sup>32</sup> Raymond Mortimer (escritor, editor e crítico literário britânico) *apud* Unwin (1952: 9).

A medição apresentada no *Relatório IPA Global – Publishing Statistics*, relativo a 2012 (Figura 5), sustenta a tendência mundial de «liderança económica do livro no conjunto das indústrias culturais», concluindo que a edição obtém um valor de 15 % do volume de negócio face aos 5 % da indústria musical ou aos 13 % deduzidos pelo cinema agregado ao entretenimento. Isto significa que, a nível global, o peso da edição representa 151 biliões de dólares. (Wischenbart, 2013: 5, *apud* Neves *et al.*, 2014: 17).

No contexto europeu, os dados relativos a 2014 expressos pela *Federation of European Publishers* (FEP) também revelam que a edição comanda com «um volume anual de vendas de cerca de 40 mil milhões de euros» (FEP, 2014: 23-24 *apud* Neves *et al.*, 2014: 92).

	US\$	Share in %	Source <sup>1</sup>
TV Subscriptions	\$172	17%	PwC Global Entertainment and Media Outlook 2013 - 2017
Newspapers	\$170	17%	IbisWorld, Global Newspaper Publishing industry
TV Advertising	\$162	16%	PwC Global Entertainment and Media Outlook 2013 - 2017
Publishing (Trade + Education + STM)	\$151	15%	IPA (RW): Global Publishing Markets 2013
Movies & Entertainment*	\$133	13%	Lucintel, Global Movie and Entertainment Industry 2012-2017: Trends, Profits and Forecast Analysis
Magazines	\$107	11%	Lucintel, Global Magazine Publishing Industry 2013-2018: Trend, Profit, and Forecast Analysis
Video games	\$63	6%	PwC Global Entertainment and Media Outlook 2013 - 2017
Music	\$50	5%	PwC Global Entertainment and Media Outlook 2013 - 2017
<b>Total publishing, media &amp; entertainment</b>	<b>\$1,008</b>	<b>100%</b>	
<b>* broader definition than PwC</b>			
Book Publishing (Trade + Edu)	112		IPA (RW)
Book Publishing (Trade + Edu)	104		PwC Global Entertainment and Media Outlook: 2013-2017
Recorded music (net industry sales, not market value; excl. Live revenues)	16.5		IFPI
Filmed Entertainment	106		PwC Global Entertainment and Media Outlook: 2013-2017

Table 02, Chart 03: Consumer spending on TV, filmed entertainment, video games, music, and all sectors of publishing. (Various sources, compiled by IPA/RW)

<sup>1</sup> Research from various sources, and IPA/RW research for book publishing, including the following:

**Figura 5 - Peso da edição nas indústrias do entretenimento e média** (excerto da figura original)  
 Fonte: Wischenbart, 2013: 4 *apud* Neves *et al.*, 2014: 114

Acerca do panorama da edição nacional, Neves (2015: 39-42) apresenta-nos dados comparativos resultantes de averiguação estatística. Consideraram-se como mais relevantes para este estudo: Empresas com atividade principal de edição de livros: 429 em 2007 para 451 em 2010; Pessoal ao serviço: 2840 em 2007 para 2541 em 2010; Volume de faturação: €404 milhões em 2008 para €361 milhões em 2010; Títulos registados no Depósito Legal: 14 066 em 2000 para 17 203 em 2010; Faturação da produção do género literatura: €71,7 milhões em 2000 para €73,7 milhões em 2006.

Sobre a exportação de produtos editoriais nacionais, Mateus (2013: 38) relata que:

Portugal detém 0,7 % do mercado europeu e 0,4 % do mercado mundial em 2011. É o 33.º exportador mundial (com 64 milhões de dólares), num *ranking* mundial liderado pelo Reino Unido e EUA (15 % de quota de mercado, cada), a Alemanha e China (9 % cada), Hong Kong (8 %), França (5 %), Itália (4 %), Espanha e Singapura (3 % cada);

Na última década [...] Portugal obteve o 12.º maior ganho de quota (de mercado) a nível mundial (0,1) e conquistou 0,3 pontos percentuais de quota de mercado a nível europeu;

Em 2011, os dez principais clientes dos livros portugueses foram Angola, Moçambique, Espanha, Brasil, França, Reino Unido, Suécia, Cabo Verde, Timor-Leste e Rússia. Só as vendas a Angola e a Moçambique explicam metade das exportações portuguesas.

## **1.6. Políticas culturais aplicadas ao sector editorial português**

De modo transversal, faz-se em seguida uma referência sumária a algumas intenções/medidas de Políticas Culturais para a atividade editorial em Portugal num período de oito anos.

O programa para 2015-2019 do atual Governo Constitucional (XXI) entende que o «restabelecido» Ministério da Cultura deve «valorizar e dignificar autores e artistas e divulgar os criadores nacionais em Portugal e no estrangeiro». E para tal responsabiliza-se a: «criar o Estatuto do Artista»; «definir quem são os criadores/autores»; «aperfeiçoar o sistema de atribuição de apoios e bolsas à criação»; «criar o programa Portugal Criativo [...] que promova a circulação internacional de autores e artistas portugueses, e que estimule as edições e traduções de obras portuguesas noutras línguas».<sup>33</sup>

No Programa que decorreu entre 2011-2015, o XIX Governo Constitucional<sup>34</sup> «reconhece o valor económico do sector criativo e cultural» e comprometeu-se a «assegurar a difusão e defesa dos Direitos de Autor» e a «completar a Rede Nacional de Bibliotecas»; a «retomar a Rede do Conhecimento, interrompida em 2005»; a «sistematizar o programa de tradução de literatura portuguesa no estrangeiro»; a «retomar o circuito de feiras do livro nos PALOPS [sic] e Timor»; a «apoiar o Plano Nacional de Leitura» e «a digitalização de fontes e de conteúdos de natureza literária e científica em Língua Portuguesa».<sup>35</sup>

### **1.6.1. O apoio à edição de obras de *Novos Autores* portugueses**

Neste ponto pretende-se identificar a aplicação de uma medida política cultural (específica) de apoio à edição, nomeadamente, a sustentação de obras literárias de *Novos Autores* portugueses. Sobre os Programas de Apoio à Criação e Edição, a DGLB (2007-2012) – Direção-

---

<sup>33</sup> Programa do XXI Governo Constitucional 2015-2019, p. 204-206 [Em linha].

<sup>34</sup> Não será feita referência ao XX Governo Constitucional uma vez que a sua gestão corrente decorreu entre 30 de outubro de 2015 e 26 de novembro de 2015 [Em linha].

<sup>35</sup> Programa do XIX Governo Constitucional 2011-2015, p. 126-129 [Em linha].

-Geral do Livro e das Bibliotecas<sup>36</sup>, escreveu no seu sítio da internet – atual DGLAB (Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas)<sup>37</sup> – que estes «contribuem para o fomento da criação em todos os domínios da produção literária, através do apoio à edição, a prémios e a entidades que concorrem para o desenvolvimento do sector». A entidade sublinhou ainda que «pretendem *preservar, enriquecer e difundir* o património bibliográfico português, fomentando a publicação de obras que contribuam para a diversificação da oferta cultural». Na Figura 6 consta a lista de Programas de Apoio à Edição coordenados pela DGLB (no qual se identificou e assinalou, para efeitos deste estudo, o programa que apoiou a Edição de Obras de *Novos Autores* Portugueses). Uma ressalva para o facto de os programas estarem suspensos desde 2009<sup>38</sup>, por razões de «medidas de contenção de despesas decorrentes da crise financeira nacional e internacional» (Beja, 2012: 76).

Programas de apoio	Destinatários	Periodicidade	Forma
Edição de Obras de Novos Autores Portugueses	Editoras nacionais	Anual	Subsídio
Edição de Obras de Dramaturgia Portuguesa Contemporânea	Editoras nacionais	Anual	Subsídio
Edição de Ensaio	Editoras nacionais	Anual	Subsídio
Edição de Obras de Literatura e Cultura Africana	Editoras nacionais	Anual	Subsídio
Revistas Culturais	Editoras nacionais	Anual	Subsídio
Edição de Clássicos da Literatura Portuguesa	Editoras nacionais	Plurianual	Subsídio
Prémio Nacional de Ilustração	Editoras nacionais/ Ilustradores portugueses ou residentes em Portugal	Anual	Prémio monetário

**Figura 6 - Programas de apoio à edição da DGLB**

Fonte: OAC a partir dos instrumentos legais dos vários programas da DGLB *apud* Neves (2012-I: 208)

Nota: Em 2008 apenas foi aberto o concurso para o Programa de Apoio a Revistas e para o Programa de Apoio à Edição de Obras de Ensaio.

A Figura 7 demonstra que os resultados gerais, em *número*, relativos aos Projetos e Entidades apoiados por Programa e por Ano, entre 2003 e 2006, ainda orientados pelo designado IPLB (1997-2007) tendiam para este desenlace interruptivo.

<sup>36</sup> A DGLB teve «por missão assegurar a coordenação e execução da política integrada do livro não escolar, das bibliotecas e da leitura». (DGLB [Em linha] *Missão*). A atual DGLAB foi «criada, em 2012, na dependência da Presidência de Conselho de Ministros/Secretário de Estado da Cultura» e «resulta da fusão entre dois organismos: a DGLB – Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas e a DGARQ – Direção-Geral de Arquivos» (DGLAB [Em linha]. *História institucional*). Ainda a saber: o primeiro organismo constituiu-se em 1980 como IPL – Instituto Português do Livro –, tendo evoluído em 1987 para IPLL – Instituto Português do Livro e da Leitura. Em 1992 passou a designar-se IBL – Instituto da Biblioteca Nacional e do Livro –, e em 1997 IPLB – Instituto Português do Livro e das Bibliotecas (Neves, 2012: 204-206).

<sup>37</sup> Programas de Apoio à Criação e Edição [Em linha].

<sup>38</sup> «Com exceção da coleção Obras Clássicas da Literatura Portuguesa» promovida pela atual DGLAB.

Programa	Projetos				Entidades			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Edição de Obras de Novos Autores Portugueses	6	7	8	-	5	7	6	-
Edição de Obras de Dramaturgia Portuguesa Contemporânea	5	5	6	-	4	5	5	-
Edição de Ensaio	33	29	23	2	17	18	10	2
Edição de Obras de Literatura e Cultura Africanas	11	16	7	-	7	10	5	-
Revistas Culturais	54	51	48	38	48	47	45	37
Edição de Clássicos da Literatura Portuguesa	nd	7	4	4	nd	5	4	4
<i>Total</i>	<i>109</i>	<i>115</i>	<i>96</i>	<i>44</i>	<i>81</i>	<i>92</i>	<i>75</i>	<i>43</i>

**Figura 7 - Projetos e Entidades apoiadas por Programa e por Ano (2003-2006) (número)**

Fonte: OAC a partir da consulta do *site* do IPLB, resultados dos concursos 2003-2006 *apud* Neves (2012-I: 209)

Nota acrescida: Para efeitos deste estudo assinalou-se o programa que apoia a edição de obras de novos autores portugueses.

Identificado o Programa de Edição de Obras de *Novos Autores* Portugueses como uma das iniciativas político-culturais tomadas para o sector do livro, importa tomar conhecimento dos seus objetivos, por meio do Despacho Normativo n.º 9-C/2003 de 3 de fevereiro de 2003<sup>39</sup>.

De acordo com o Regulamento de Apoio Financeiro, o programa destinou-se a:

Promover a edição de obras, nos domínios da Poesia, da Narrativa, da Narrativa para Jovens e da Dramaturgia, de autores que, por não serem ainda conhecidos do grande público, têm mais dificuldade em editar.

De modo sumário, sobre o Programa, deve-se destacar ainda que:

Podem candidatar-se e beneficiar do apoio previsto [...] as empresas editoras com sede e actividade no território de Portugal continental; outras pessoas colectivas de direito privado, dotadas de personalidade jurídica, com fins culturais, que tenham a sua sede e exerçam actividade editorial no território de Portugal continental (Artigo 3.º - 1.).

A concessão de apoio financeiro reveste a forma de aquisição pelo IPLB de um determinado número de exemplares, com uma redução de 20 % em relação ao preço de venda ao público, de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 176/96, de 21 de Setembro (Artigo 4.º - 1.).

O apoio a atribuir a cada uma das obras seleccionadas [...] é de 60 % do custo total de produção, sendo ponderado o montante desse custo e a sua relação com o preço de venda ao público (Artigo 4.º - 2.).

Com o objectivo de incentivar o aparecimento de *Novos Autores*, o IPLB comparticipa nos custos de direitos de autor das obras apoiadas no montante correspondente a 10 % do Preço de Venda ao Público de metade da edição (Artigo 4.º - 3.).

<sup>39</sup> Regulamento de Apoio Financeiro à Edição de Obras de Novos Autores Portugueses [Em linha].

O Programa de Edição de Obras de *Novos Autores Portugueses* não incorpora a atual lista de Programas de Apoio<sup>40</sup> da DGLAB – entidade que «tem por missão assegurar a coordenação do sistema nacional de arquivos e a execução de uma política integrada do livro não escolar, das bibliotecas e da leitura»<sup>41</sup>.

Todavia, pode ler-se numa entrevista publicada pelo jornal *Público* a 7 de junho (Coutinho e Salema, 2015), que o responsável pela DGLAB, José Manuel Cortês, tem a convicta opinião de que os escritores «devem ser apoiados diretamente pelo Estado». Mas reflete que a reativação de um Programa de Apoio carece de novas bases normativas, por considerar, por exemplo, que atualmente é impraticável exigir-se «um ano sabático exclusivamente dedicado à criação literária», como determinava o regulamento do anterior Programa. E acrescenta:

Importante era a constituição efetiva de um programa de promoção da leitura que permita «empregar» os autores na divulgação da sua obra.

Porém, José Manuel Cortês realça que, além da atribuição de bolsas, o apoio aos autores pode ser praticado (de forma menos direta) através de outras iniciativas, nomeadamente, por via da «internacionalização», pela atribuição de «prémios literários» ou com a organização de «festivais literários». Na sua visão, «a política de promoção da leitura deve ser feita no domínio do autor e no do leitor», e refere que:

A melhor forma de apoiar o autor indiretamente é através do aumento do número de leitores e consumidores de livros.

Ou seja:

Toda a sustentabilidade do sistema tanto para os criadores, como para os editores, como para os livreiros tem que ver com o desenvolvimento dos hábitos de leitura e do consumo de livros em Portugal. Portanto, acho que o Estado em termos gerais – e não estou a falar especificamente da DGLAB – devia trabalhar intensamente nesta área.

À data da consulta encontrava-se disponível no mesmo portal o regulamento para quatro prémios literários e um prémio de ilustração a concurso, a saber: «Prémio INCM/Vasco Graça Moura – ensaio»; «Prémio literário Fernanda Botelho – conto»; «2.<sup>a</sup> Edição do prémio literário UCCLA – Novos Talentos, Novas Obras em Língua Portuguesa»; «Prémio Literário Fundação Eça de Queiroz – 2017» e o «Prémio Nacional de Ilustração» (que pretende «reconhecer e incentivar o trabalho de artistas no domínio da ilustração de livros para crianças e

---

<sup>40</sup> Nos formulários para a Área do Livro disponibilizados no portal da DGLAB [Em linha], encontram-se alistados três programas de apoio, a saber: Apoio à Edição no Brasil; Apoio à Tradução; Apoio à Edição no Estrangeiro de Obras de Autores Portugueses para a Infância e Juventude e Banda Desenhada.

<sup>41</sup> DGLAB. Sobre Missão e Atribuições [Em linha].

jovens em Portugal»)<sup>42</sup>. Dos prémios literários salienta-se os que decorrem até 2017 e cujos regulamentos fazem referência aos novos autores:

O prémio literário UCCLA (União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa) – Novos Talentos, Novas Obras em Língua Portuguesa em vigor, tem por objetivo<sup>43</sup>:

Estimular a produção de obras literárias, nos domínios da prosa, de ficção (romance, novela e conto) e da poesia, em língua portuguesa, por novos talentos escritores.

O prémio literário Fundação Eça de Queiroz – 2017, na categoria de romance, visa<sup>44</sup>:

Promover novos autores e incentivar a produção de obras literárias em língua portuguesa.

### **1.7. As Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação: impresso vs. digital**

O livro provavelmente transformou-nos mais do que qualquer outra ferramenta.

Jeff Bezos, 2016, *apud* Mendonça, 2015: 81<sup>45</sup>

Uma abordagem ao tempo presente da edição de livros requer uma breve reflexão sobre as transformações impostas pelas Novas Tecnologias de Informação, que têm vindo a colocar em causa a *cultura do livro*. Segundo Roger Chartier (2002, *apud* Furtado 2007: 12), estamos a viver um movimento onde, em simultâneo, se está a alterar a «técnica de produção e de reprodução dos textos», o «suporte da escrita» e as «práticas de leitura». Contudo, e de acordo com Christine Borgman (2000: 83-84, *apud* Furtado 2007: 18), a referência à edição digital compromete não somente fatores tecnológicos (os mais evidentes), mas também os «psicológicos, sociológicos, económicos, políticos e culturais que influenciam o modo como as pessoas criam, usam, procuram e adquirem informação». Mas Steiner (2001: 256, *apud* Furtado 2007: 19) é categórico quando afirma que o livro impresso irá continuar a ser escrito, publicado, comercializado e lido. Ainda que, como conclui Furtado (2007: 19), as transformações lhe retirem supremacia e «centralidade simbólica».

Conforme Clifford Lynch (2001, *apud* Furtado 2007: 23-24), alguns efeitos da comercialização de livros na esfera digital, que tendem a ser encobertos pela difusão mediática dos *e-books*, devem ser emergidos e discutidos, nomeadamente a essência do livro, o vínculo entre autores, leitores e editores, a gestão de um legado cultural e as leis da autoria e da edição. Devemos ter ainda presente a ideia de que o recurso às tecnologias eletrónicas no atual sector

---

<sup>42</sup> Ver Prémios [Em linha].

<sup>43</sup> Consultar Regulamento Prémio Literário UCCLA – Novos Talentos, Novas Obras em Língua Portuguesa [Em linha].

<sup>44</sup> Consultar Regulamento Prémio Literário Fundação Eça de Queiroz - 2017 [Em linha].

<sup>45</sup> Palavras extraídas do recente documentário *Out of Print* [Em linha].

das publicações abrange também outros sistemas, tais como: o processamento e envio dos textos através de suportes informáticos, a digitalização, o tratamento de imagens ou criação de quadros e gráficos e a paginação (Borgman, 2000: 83, *apud* Furtado 2007: 26). Em termo, desde o final do século passado que a comercialização de livros digitais começou a ser impulsionada por empresas de estudos de mercado, que apontaram o método como um potencial sistema lucrativo (Furtado 2007: 26).

Porém, em consulta ao «Inquérito ao Sector do Livro» (Neves, *et al.*, 2012-II: 58) sobre o estudo de produtos e suportes na edição, estatisticamente verifica-se um ainda reduzido recurso ao suporte digital por parte das editoras nacionais. Constatou-se o seguinte resultado: tanto a edição de livros (95,2 %) como a de publicações periódicas (17,7 %) utiliza como principal suporte o papel.

### 1.8. O estatuto do editor

Os editores constituem personagens-filtro, decidindo quem merece patrocínio e exclusão na arena de circulação textual, interferindo na própria outorga da distinção autoral.

Medeiros, 2009: 134

Primeiramente, importa determinar – com base numa perspectiva sociológica<sup>46</sup> – o lugar do editor, que, segundo Medeiros (2009: 132), faz parte de um «colectivo» que atua «como instrumento de mediação entre autores e públicos». É também, e ainda, o agente que filtra, que interpreta, que legitima, que determina e que intervém na prescrição do livro, a fim de o estabelecer «socialmente» como um produto aceite e distinguido pelos seus leitores (Medeiros, 2012: 3).

O editor é um dos principais agentes de conformação da leitura. Em primeiro lugar, pelo tipo de publicações que edita. [...] Depois, pelos autores que publica. [...] Entre as práticas ligadas à seleção de autores estão o recrutamento em exclusividade de uma promessa ou de um valor seguro na escrita, a aquisição de um espólio a explorar, a garantia de direitos de publicação de certos títulos e autores.

Medeiros, 2006: 349-350

Um parêntese para dizer que este enquadramento não é válido para o período que antecedeu abril de 1974. Nos anos precedentes, em Portugal, o processo de edição esteve dominado pelas políticas do Estado Novo que ordenavam às editoras o cumprimento de obrigações – re-

---

<sup>46</sup> Excluem-se desta abordagem os registos históricos e semióticos.

preensivas – indicadas em Decretos-Lei (Beja, 2012: 21), nomeadamente no n.º 33:015<sup>47</sup>, que «determina que as empresas editoriais de livros ou de quaisquer outras publicações que de futuro se constituírem fiquem sujeitas ao cumprimento das obrigações impostas pelo artigo 2.º do Decreto-Lei n.º 26:589»<sup>48</sup>, que «proíbe a fundação de qualquer publicação, periódica ou não, mas sujeita por lei ao regime de censura prévia, sem que seja reconhecida a idoneidade intelectual e moral dos responsáveis pela publicação». Estas condicionantes infligidas por um regime político autoritário, ditatorial e nacionalista (1933-1974) não só oprimiram o sector como também minoraram o estatuto do editor, impuseram o fecho de empresas e colocaram impedimentos à constituição de novas sociedades para explorar a atividade (Medeiros, 2010: 211ss, *apud* Beja, 2012: 21).

Com o 25 de Abril, a sociedade portuguesa demonstrou estar recetível à informação e preparada para novas experiências, ideias e assuntos (Beja, 2011: 123 *apud* Beja, 2012: 68), o que proporcionou aos editores a oportunidade de expandirem o seu território, no qual poderiam passar a incluir autores, textos e temas outrora repreendidos pela política do Estado Novo. O próprio Estado passou a assumir a condição de impulsionador e «apoiantes de atividades relevantes no domínio da criação literária livre e do fomento dos hábitos de leitura»<sup>49</sup> (*idem*, 67-68).

A literatura, antes de ser o encontro de um texto com um leitor, é «o conjunto de textos considerados como tal pelos editores».

Simonin e Fouché, 1999: 103-115, *apud* Medeiros, 2006: 350

A ação mais importante, por parte de um editor [...] é a aceitação e a recusa de publicação.

Medeiros, 2006: 350

Ao reconhecer o editor como «legitimador» e «mediador», é importante saber ainda que a sua condição engloba outras *instâncias*, nomeadamente «conflitual ou dispensável», «criadora» e também de «gestão» (Martins, 1999: 214-220).

---

<sup>47</sup> Decreto-Lei 33:015 (30 de agosto de 1943) [Em linha].

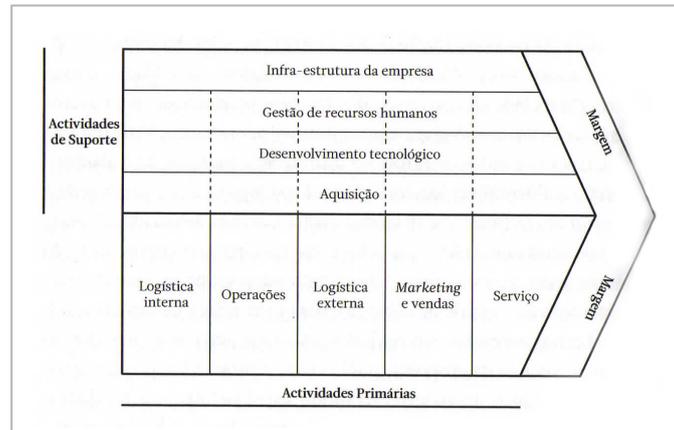
<sup>48</sup> Decreto-Lei 26:589 (14 de maio de 1936) [Em linha].

<sup>49</sup> Para tomada de conhecimento de outras Políticas Culturais aplicadas ao sector do livro em Portugal ver, entre outros, Beja (2012), Neves *et. al.* (2012) e Santos *et. al.* (1998).

## 1.9. A cadeia de valor aplicada à edição

A *cadeia de valor* é uma ferramenta que permite «desagregar uma organização nas suas actividades relevantes do ponto de vista estratégico, com o objectivo de compreender o comportamento dos custos e as fontes, existentes ou potenciais, de diferenciação».

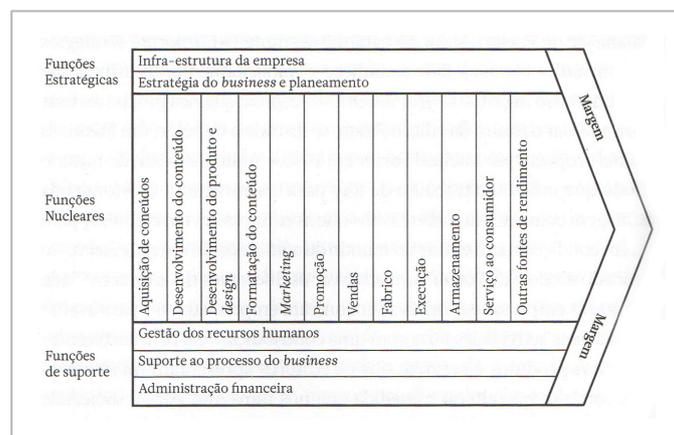
Porter, 1998: 33, *apud* Furtado, 2009: 79



**Figura 8 - Modelo da cadeia de valor segundo Michael Porter**

Fonte: Porter, 1998: 33, *apud* Furtado, 2009: 82

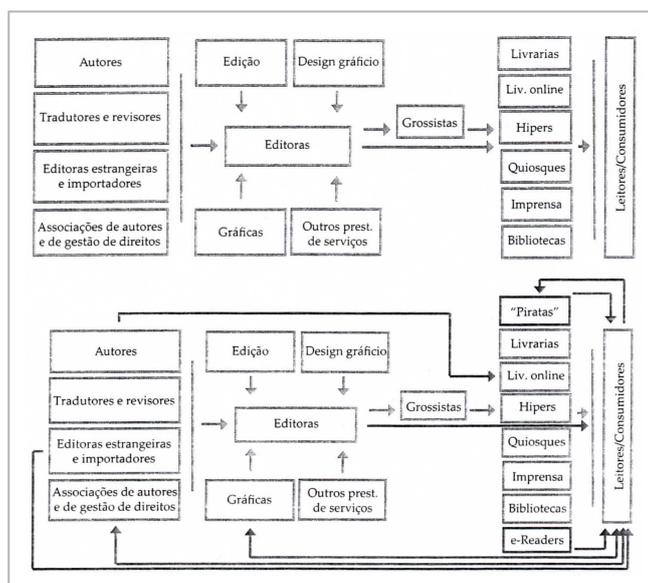
É do conhecimento da área de gestão a primeira proposta de Porter (1985) para o modelo da *cadeia de valor*. Porém, importa incorporar neste trabalho uma sugestão da *cadeia de valor* adaptada à indústria da edição de livros («material»). A partir de Furtado (2000; 2009), apresenta-se a desconstrução/sugestão de Mark Bide (1997), que «propõe que se adopte o modelo da *cadeia de valor* como modo de analisar o que fazem os editores, as reais funções que exercem e a dimensão com que essas funções criam valor para o consumidor final» (*idem*: 133).



**Figura 9 - Cadeia genérica de valor da edição (Mark Bide, 1997)**

Fonte: Furtado, 2009: 134

Em consequência da influência das NTIC, resumidamente ponderadas no tópico 1.7., Mendonça (2015: 65-66) propõe um esquema da *cadeia de valor* «aumentada» que pretende demonstrar «a evolução do sistema sectorial de publicação» (ver Figura 10).



**Figura 10 - Da cadeia de valor ao sistema de valor no negócio da produção e reprodução de livros e da atividade de escrita e leitura de textos**  
 Fonte: Mendonça, 2015: 66

### 1.10. Estratégias de gestão editorial: o *marketing* e a comunicação

De acordo com Garzón (1996, *apud* Martins, 1999: 37), ainda que este profissional dos livros possa ser sempre visto como um «homem de letras», nas últimas décadas foi imperativo que se posicionasse também como um «homem de negócios». Face aos novos desafios impostos desde o final do século XX pelo surgimento das NTIC (Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação), o *marketing* foi uma das ferramentas<sup>50</sup> que se tornaram indispensáveis à cadeia editorial (Altbach, 1997: 339, *apud* Martins, 1999: 37).

Por *marketing*, a EMC (*European Marketing Confederation*) entende ser o «conjunto das atividades levadas a cabo por sujeitos de troca, com vista a antecipar, promover, facilitar e impulsionar transações comerciais» (AAVV, 1998: 17). Como reforça Martins (1999: 40), trata-se de um processo que deve preceder a existência do produto. E o livro (enquanto objeto mercável) não é uma exceção, como refere o mesmo autor ao lembrar que uma «grande edição» pode (e deveria) ser testada na rede comercial através de protótipos (Martins, 1999: 40).

<sup>50</sup> Entre outras profundas alterações no sector, conseqüentes e concorrentes da modernidade, espaço este onde agora o livro se assume tanto como um «produto cultural» como «industrial» (Martins, 1999: 39).

Todavia, o estudo conduzido por Martins (1996b) com o título «*Marketing do livro, universidade e UNESCO*», concluiu que à data da investigação publicada (há 20 anos), os editores portugueses se sentiam mais confortáveis a aplicar a palavra «*feeling*» – por confiarem mais nas suas faculdades de decisão e de influência na opinião pública do que nos estudos de mercado levados a cabo pelo *marketing*. Mas tendo em vista o rumo que o sector foi assumindo, e pegando numa das muitas teorias formuladas sobre a noção de opinião pública (citada *infra*), importa pensar se o «novo editor» se insere neste «novo espaço social» (Martins, 1999: 155).

Na realidade, o que existe não é a opinião pública, nem mesmo a opinião medida pelas sondagens de opinião, mas, de facto, um novo espaço social dominado por um conjunto de agentes [...], que utilizam as tecnologias modernas [...] e assim dão existência política autónoma a uma opinião pública que eles próprios fabricaram.

Champagne, 1990: 30, *apud* Martins, 1999: 155

O *marketing* incorpora um composto operacional que se divide em quatro instrumentos (os 4 P's de McCarthy), nomeadamente: o «produto» (*product*); o «preço» (*price*); a «distribuição» (*place*) e a «comunicação» (*promotion*) (Martins, 1999: 40). O agrupamento destas variáveis designou-se, nos anos 1960, por *marketing mix*, que, em suma, se resume a uma «combinação e optimização dos instrumentos de *marketing* utilizados por uma organização, dirigidos a um ou mais grupos-alvo numa combinação específica de produtos/mercado/tecnologia»<sup>51</sup>. Ou seja, só uma articulação equilibrada entre a política dos 4 P's, em combinação com a estratégia de posicionamento e de segmento-alvo preestabelecidas, proporcionará à organização alcançar resultados desejados e favoráveis.

Defina-se *comunicação*. O termo que provém do latim *communis* declara que se trata da «ação de tornar algo comum» (Caetano, 2013: 248). A este princípio, a EMC acrescenta que este «processo de transferência de informação» acontece quando «o emissor transmite uma informação» (mensagem), quer diretamente, quer através de um meio, a um recetor (AAVV, 1998: 14). Para tornar a *comunicação* numa ferramenta estratégica, antes de mais – e como de modo genérico está comprovado – é necessário «planear» de forma «clara», «objectiva» e que permita uma «fácil aplicabilidade» do projeto (Caetano, 2013: 250-251). O desenvolvimento de um plano de *comunicação* compreende oito etapas, a saber: a «análise da situação»; a «definição dos objectivos e posicionamento»; a «selecção do público-alvo»; a «escolha da mensagem»; a «escolha dos canais de comunicação»; a «determinação do orçamento do programa»; a «execução do plano» e por fim a «avaliação dos resultados» (Caetano, 2013: 251-252).

---

<sup>51</sup> Definição de *Marketing Mix* da *Enciclopédia Internacional de Marketing* (AAVV, 1998: 19).

Porém, o 4.º P do composto de *marketing (promotion)* evoluiu de uma definição base traduzida pelos termos «promoção» ou «publicidade» para um conceito muito mais abrangente que se denomina desde o final da década de 1990 por *mix da comunicação*, e que engloba um «conjunto de variáveis» que, quando combinadas, possibilitam que se defina uma estratégia de *comunicação* eficaz. Nessas técnicas de *comunicação* que concorrem para alcançar os objetivos de um plano de *marketing* (através da comunicação) encontram-se as variáveis: «Publicidade»; «Força de Vendas»; «Marketing Direto»; «Patrocínio e Mecenato»; «Relações Públicas»; «Promoções de Venda» e o «*Merchandising*» (Caetano, 2013: 254-255).

Perante este quadro evolutivo impõe-se uma questão: enquanto emissor, que medidas de posição estratégica estão ao alcance do editor (gestor) no processo de comunicação com o seu público-alvo? A lógica do *marketing mix* estende-se, como ilustrou Martins (1999: 41), à política de uma das suas variáveis, a «comunicação»<sup>52</sup>: «[...] será tanto mais eficaz quanto melhor articular as diversas técnicas (Relações Públicas, Publicidade, *Marketing* Direto, Promoções, Mecenato, etc.) e as diversas linguagens (escrita, oral, audiovisual, interativa, etc.) dos diversos media.»

O editor dispõe de um conjunto de estratégias<sup>53</sup> para seduzir o leitor. Algumas medidas exemplificativas: a escolha do prefaciador (pelo «prestígio») e a preferência por autores premiados («valores seguros»). Não obstante, a promoção e a validação de um projeto editorial pode ainda ser veiculada pelos meios de comunicação e pelos críticos («não necessariamente literários»). Também a edição «de coleções que propiciem a compra e o consumo continuados» ou até a junção de objetos (como o CD), «concorrem para o aparecimento de formas híbridas do objecto impresso, permitindo modos de leitura também eles novos» (Medeiros, 2006: 351-355).

Cortejar o leitor requer igualmente um cuidado com «os aspectos formais e físicos». Para o editor alcançar determinado segmento de público deve considerar na sua estratégia a qualidade gráfica, de impressão e acabamento (Medeiros, 2006: 355-356).

Com o propósito de «fidelizar os leitores», como se lê em Medeiros (2006: 356-357), «algumas editoras diversificam os modos de contacto com os leitores, construindo algo de equiparado a uma comunidade e agindo sobre o mercado». Estabelecer uma relação de comunicação e proximidade com o leitor, por exemplo através «do contacto directo por carta», pode estimular à aquisição do livro. Assim como a produção de um «catálogo-preçário» (impresso ou digital) pode conferir credibilidade e suscitar cobiça por determinadas obras.

---

<sup>52</sup> Política de Comunicação define-se por «análise, planeamento, implementação, e avaliação das atividades que dizem respeito aos instrumentos de comunicação como parte da gestão de *marketing*» (AAVV, 1998: 21).

<sup>53</sup> «A acção dos editores [...] nem sempre obedecerá a critérios estratégicos ou programáticos. As razões que podem explicar o que é publicado [...] encontram-se num feixe de deveres e obrigações fundado em sistemas de afectividade, em esquemas de compromissos prévios, em redes de conhecimentos e até em episódios de contactos mais ou menos fortuitos» (Medeiros, 2006: 358).

### 1.10.1. *Marketing* digital e o canal de comunicação Facebook

Este ponto pretende ir ao encontro da estratégia que se denomina por *marketing* 2.0. Conforme Kotler, *et al.* (2010)<sup>54</sup>, as alterações macroeconómicas influenciam «o comportamento do consumidor», e em consequência disso o *marketing* tende a reajustar-se. Do *marketing* «centrado no produto» (1.0) avançou-se para o *marketing* «centrado no consumidor» (2.0), propulsado pela «Tecnologia da Informação» e cuja «interação com os consumidores» funciona no modo «um-para-um». Presentemente estamos na fase de transição para o *marketing* «centrado no ser humano» (3.0).

Mas centremo-nos na segunda etapa. A «era da informação» proporcionou o surgimento do *marketing digital*, que se define por comercializar produtos ou serviços utilizando canais digitais para alcançar os consumidores, mas que, além disso, exige uma nova forma de compreensão do comportamento do consumidor, que passa, por exemplo, por uma análise quantitativa às ações dos clientes nas redes sociais como o Twitter ou o Facebook.<sup>55</sup>

Para este trabalho importa apreender algumas vantagens – comprovadas em estudos – em utilizar o Facebook como canal de comunicação. Carter (2013: 44) afirma que «o Facebook é o acontecimento mais importante desde o Google», e que «pode ser ainda maior» do que este, porque, em resumo, se trata de uma ferramenta com os seguintes pontos fortes: é a maior rede social em termos de utilizadores e de tempo nele despendido; permite partilhar conteúdos multimédia; a publicidade é direcionada; os seguidores são alcançados de modo mais económico do que através das bases de dados de *e-mails*; as páginas são de visibilidade gratuita; o espaço para publicidade é mais em conta do que o disponibilizado pela Google AdWords, e ainda, porque concede o poder de gestão das publicações, bem como o de gerar fidelização (*idem*: 67).

Pela mesma fonte, é importante saber ainda que na página administrada na rede social Facebook o número de *Likes* (ou de «Gostos») nas publicações sobre o produto incutem nos seguidores o desejo de aquisição, e proporcionam o aumento da «percentagem de potenciais clientes que compram de facto». Cabe ao gestor da página estabelecer uma ligação com os seus seguidores. Este, tanto pode conduzir os comentários, como deve reter tudo aquilo que manifestam, sejam «sonhos» ou «objectivos». «É uma maneira incrivelmente económica de obter o ponto de vista dos seus clientes» (*idem*: 26). A página do produto ou serviço no Facebook, ao «publicar mensagens que atraem os consumidores significa que está a criar pequenas ligações frequentes a um nível emocional» (*idem*: 27).

---

<sup>54</sup> O documento consultado não contém páginas numeradas [Em linha].

<sup>55</sup> *Definition of digital marketing* [Em linha].

## 1.11. O autor

O termo autor chega-nos da antiguidade, do latim *augeo* (*es, ere, auxi, auctum*), que significa fazer crescer, acrescentar, aumentar, ampliar. Em qualquer momento, mas particularmente em tempos de crise, remeter para esta matriz etimológica confirma e amplia o dever de se respeitar e vangloriar todos os que justamente «fazem crescer», ou seja, todos os autores.

Seixas, 2011<sup>56</sup>

### 1.11.1. A «construção da função autor»

«O que é um autor?» A reflexão da literatura sobre este tema impõe que se contemplem as palestras realizadas na Sociedade Francesa de Filosofia por Michel Foucault, em 1969, com o título «Qu'est-ce qu'un auteur?»<sup>57</sup>, e a revisitação desta, em 2000, pelo historiador Roger Chartier<sup>58</sup>. Ambos evocaram uma abordagem à «emergência da *função autor* no Ocidente», assunto também hoje adequado pela chegada «de uma nova tecnologia de produção, circulação e recepção eletrônica de textos» (Curcino, 2014: 10-15 *apud* Chartier, 2014).

Este tópico do trabalho pretende, sobretudo, expor o pensamento de Foucault sobre a noção de *autor* e fazer referência à análise de Chartier sobre as considerações discutidas pelo primeiro. As ideias serão ainda suportadas por apontamentos recolhidos no trabalho de Maria Augusta Babo sobre a *escrita do livro* (1993). Uma nota sobre o facto de as duas intervenções orais considerarem, essencialmente, o *autor* como «o autor de um livro ou de um texto» (Foucault: 1992 [1969]: 46). Nessa qualidade, um parêntese sobre «escrita»: Babo (1993: 71-72) diz-nos que é «leitura, na medida em que ela releva do já escrito», é «memória de um presente-passado» que «fixa na matéria o pensamento para que este prevaleça para além do presente que o corporalizou», e é também a «representação do som», ou seja «um meio» que proporciona «a produção do pensamento». Como tal, o «sujeito da escrita» acolhe «uma plenitude e uma transcendência que o colocam num lugar de inteira supremacia» (*idem*, 103). Demarcando categorias, Babo faz menção a La Bruyère:

Há espíritos [...] inferiores e subalternos, que parecem feitos unicamente para serem a recolha, o registo de todas as produções de outros génios; são plagiadores, tradutores, copiadores.

La Bruyère, 1980: 51, *apud* Babo, 1993: 104

---

<sup>56</sup> Excerto da mensagem do Dia do Autor (2011) de Maria João Seixas para a SAP [Em linha].

<sup>57</sup> Publicada no «*Bulletin de la Société Française de Philosophie*, 63e année, n.º 3, juillet-septembre 1969, pp. 73-95 (suivi d'une discussion: pp. 96-104)», e consultada na obra traduzida: Foucault, M., (1992), *O que é um autor?*

<sup>58</sup> Publicada no «*Bulletin de la Société Française de Philosophie*, tomo XCIV, referente à seção de 20 de maio de 2000», e consultada na obra traduzida: Chartier, R., (2014), *O que é um autor? Revisão de uma genealogia*.

Como ponto de partida é relevante dizer que as duas comunicações estão concordantes de que «a *função autor* não é nem universal, nem atemporal». (Curcino, 2014: 12 *apud* Chartier, 2014). E que os assuntos-chave que se entenderam como constituintes da «construção da *função autor*» constam de: *nome de autor, propriedade literária, demarcação entre textos literários e textos científicos e crítica literária*.

Foucault (1992 [1969]: 42-43) começa por construir a *função autor* através de uma abordagem à questão do «nome», ou seja, a relação entre o «*nome próprio*» e o «*nome de autor*», que no seu entendimento não têm uma «ligação específica» «com o que nomeiam», uma vez que se situam «entre os pólos da descrição e da designação». Foucault faz ver que «o *nome de autor* serve para caracterizar um certo modo de ser do discurso», discurso esse «que deve ser recebido de certa maneira e que deve, numa determinada cultura, receber um certo estatuto» (*idem*, 1992 [1969]: 45), esclarece, sustentando ainda que:

Um *nome de autor* [...] assegura uma função classificativa; um tal nome permite reagrupar um certo número de textos, delimitá-los, seleccioná-los, opô-los a outros textos. Além disso o *nome de autor* faz com que os textos se relacionem entre si.

O *nome de autor* não transita, como o *nome próprio*, do interior de um discurso para o indivíduo real e exterior que o produziu, mas que, de algum modo, bordejando os textos, recortando-os, delimitando-os, tornando-lhes manifesto o seu modo de ser ou, pelo menos, caracterizando-lho.

Foucault, 1992 [1969]: 44-46

Sobre esta matéria, Chartier (2014: 28) acrescenta que «a *função autor* é pensada à distância da evidência empírica, segundo a qual todo o texto foi escrito por alguém ou por várias pessoas». Isto porque nem todo o indivíduo que produz textos é autor – como exemplo, aquele que redige um documento oficioso.

O segundo assunto-chave mencionado por Foucault (1992: 47), em 1969, sobre a construção da *função autor* diz respeito à *propriedade literária*. Na sua razão, foi «no final do século XVIII e início do século XIX» que os textos «começaram efectivamente a ter autores [...] na medida em que o autor se tornou passível de ser punido, isto é, na medida em que os discursos se tornaram transgressores». Mas conforme a análise de Roger Chartier, Foucault estabeleceu uma associação entre a *função autor* e aquilo que o próprio entendia por «uma concepção burguesa do indivíduo e da propriedade». Ou seja, no lugar de um «sistema de propriedade» existia uma «apropriação penal». Porém, Chartier (2014: 36-37) alerta sobre o facto de esta manifestação de censura referida por Foucault ser «anterior ao momento da definição jurídica de uma propriedade», o que significa que esse poder de controlar e punir os autores

cabiam aos «Estados» e às «Igrejas» dos séculos XVI ou XVII – e assim mostra-se discordante com a cronologia pensada por Foucault. Através de Babo (1993: 105) foi possível recuperar um sentido de *propriedade literária* do pré-romantismo:

O primeiro que, tendo cercado um terreno, se precaveu dizendo: isto é meu.

J. J. Rousseau (s/d), *apud* Babo, 1993: 105

Em suma, «a identidade do autor fundamenta-se [...] na ascensão do *território* ao domínio do próprio» (Babo, 1993: 106).

O *nome de autor* que assina os *textos literários* e os *textos científicos* representa o terceiro assunto-chave, atendendo à constatação de Foucault sobre uma mudança entre épocas. A partir dos séculos XVII ou XVIII os *textos científicos* são aceites «por si mesmos», ou seja, «é a sua pertença a um conjunto sistemático que lhes confere garantias e não a referência ao indivíduo que os produziu». Já os *textos literários* só são admitidos se forem compostos pela *função autor* (*nome de autor*; data; género; propósito). A mudança identificada prende-se com o facto de na Idade Média se suceder o inverso. Os *textos literários* «eram recebidos, postos em circulação e valorizados sem que se pusesse a questão da autoria», mas os *textos científicos* eram «portadores do valor de verdade apenas na condição de serem assinalados com o nome do autor» (Foucault, 1992 [1969]: 48-49). Na interpretação de Chartier (2014: 40), esta referência possui valor no sentido em que acrescenta à «construção da *função autor*» (já formada pelo conceito de *propriedade literária*) a noção de «certificação» e de «verdade». Porém, Chartier (2014: 61) considera que a matéria sobre *textos literários* é mais abrangente no tempo e que o tema sobre *textos científicos* é mais complexo do que Foucault incutiu.

Por último, uma nota sobre a influência da *crítica literária* para a *função autor* por Foucault (1992 [1969]: 51). É importante saber que a mecânica da *crítica literária* «deriva diretamente do modo como a tradição cristã autenticou [...] os textos de que dispunha», ou seja, «construiu a forma autor a partir de textos e de discursos existentes». Contudo, a «crítica literária moderna, mesmo quando não tem preocupação de autenticação», define assim o autor:

É aquilo que permite explicar tanto a presença de certos acontecimentos numa obra como as suas transformações, as suas deformações, as suas modificações diversas.

É uma espécie de expressão, que, sob formas mais ou menos acabadas, se manifesta da mesma maneira, e com o mesmo valor, nas obras, nos rascunhos, nas cartas, nos fragmentos, etc.

Foucault, 1992 [1969]: 53-54

Em modo conclusivo, e nas palavras de Chartier:

A construção do autor é uma função não apenas do discurso, mas também de uma materialidade [...]. É sob essa nova forma que se enraíza, no Ocidente [...], a relação sempre necessária, instável, conflituosa, entre o escritor e o indivíduo, entre o autor como ficção e o sujeito como ego [...], esta tensão [...], mas tendo em mente sua observação, a de que se admita que o EU seja alguém (Chartier, 2014: 62-63).

### **1.11.2. Quadro conceitual: o «autor», o «escritor» e o «produtor de conteúdos»**

Através de Martins (2005: 114-115) retoma-se um quadro conceitual relativo ao «autor» e ao «escritor» por forma a introduzir-se uma elucidação sobre «produtor de conteúdos». Uma vez que outrora, numa sua primeira «visão integrada da cadeia do livro», Martins (1999: 2-3)<sup>59</sup> defendia que aos autores/criadores cabiam as «funções profissionais» de «produtores de conteúdos, escritores, redatores, coordenadores editoriais, tradutores, artistas, ilustradores e fotógrafos».

No âmbito literário:

Autor é aquele que está na origem de algo, aquele que faz produzir e crescer e que é também, em conformidade com o uso jurídico do lexema, o garante [...].

Escritor é aquele que, utilizando um código grafémico, transmite determinados sinais através de determinado canal, produzindo mensagens com determinadas características sintáticas, semânticas e pragmáticas [...].

Silva, 1983: 206, *apud* Martins, 2005: 114

No âmbito «emergente da sociedade da informação»:

Conteúdo parece englobar todo e qualquer segmento de informação propriamente dito, isto é, tudo aquilo que fica quando excluimos os sistemas de *hardware* e *software* que permitem a consulta e exploração. [...] A capacidade tecnológica de combinar e reproduzir de uma forma digital texto, som e imagem, estabelece as condições básicas para o nascer de uma nova indústria. Criadores, produtores de conteúdos ou editores podem assim dispor de capacidades para intervir em novos mercados, explorando oportunidades para a criação e oferta de produtos e serviços complementares ou substitutos das suas tradicionais atividades, tendo por base a informação e o desenvolvimento de conteúdos multimédia.

*Livro Verde para a Sociedade da Informação* (1997: 7.2), *apud* Martins, 2005: 115

---

<sup>59</sup> Contemplava os seguintes cinco elos: Autores; Editores; Gráficos; Distribuidores e Mercados.

## 1.12. O leitor

De acordo com Torremocha (2009: 95), entende-se por leitura a ação que propicia a *compreensão* e *interpretação* de mensagens e que torna possível a formação de opinião acerca do que é percebido. Porém, o mesmo Professor Catedrático de Didática de Língua e da Literatura considera que, para qualquer reflexão sobre esta matéria, hoje em dia, é imprescindível fazer, desde logo, uma distinção entre os conceitos «*sociedade da informação*» e «*sociedade do conhecimento*», bem como enquadrá-los na defesa de teses sobre o *Público-Leitor*. Isto porque o *conhecimento*, ao estar associado à *compreensão* (que ao ser desenvolvida pode gerar a *ação*) é algo muito mais estruturado do que a *informação*, que se caracteriza por ser transitória e portanto externa aos sujeitos (*idem*).

Sendo fundamental que se objetive para a constituição da sociedade contemporânea uma «*sociedade do conhecimento*», é também imperativo que se obtenham «competências de literacia» para a população, pois só assim o *conhecimento* poderá ser alcançado – só através da tomada de consciência sobre «o valor instrumental da leitura *competente*»<sup>60</sup> será praticável possibilitar aos cidadãos uma participação independente e livre, numa sociedade estruturada por este conceito (Torremocha, 2009: 96).

### 1.12.1. A *recepção*, a *percepção estética* e a *fruição do leitor*

Novos leitores criam novos textos cujos novos significados dependem diretamente das suas novas formas.

Donald McKenzie, 1999: 29, *apud* Furtado, 2000: 219

A perspetiva histórica da leitura reflete que a «comunidade» de leitores se forma a partir das circunstâncias de *recepção*, ou seja, e segundo Chartier<sup>61</sup> (1992 *apud* Cadioli, 1998: 41, *apud* Furtado, 2000: 219), repercute «a reconstrução das modalidades de realização da recepção de um texto por grupos de leitores específicos e próximos». De acordo com Chartier e Cavallo (1997: 7, *apud* Furtado, 2000: 219), neste tipo de abordagem (histórica), o investigador focaliza-se nas «modalidades de utilização, compreensão e apropriação dos textos».

Porém, e atendendo a alguns indicadores<sup>62</sup> «redutores», utilizados em estudos sobre a leitura dos franceses (durante o Antigo Regime), e que compõe a história da leitura, o mesmo autor

---

<sup>60</sup> Ver «*recepção competente*» (Leenhardt, 1989, *apud* Santos, 1992: 28).

<sup>61</sup> Chartier, R., 1992. «Communautés de lecteurs». *L'ordre des livres. Lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre XIVE et XVIIIe siècle*. Aix-en-Provence: Alinéa.

<sup>62</sup> Que organizavam «séries de dados numéricos», determinavam «limiares quantitativos», revelavam «as traduções culturais das diferenças sociais» e alcançavam «a caracterização das configurações cul-

apresentou novas considerações. Em primeiro lugar deve haver um entendimento sobre «como é que os mesmos textos podem ser diferentemente apreendidos, manejados e compreendidos» por leitores de classes distintas (sem que se estabeleça à partida uma separação entre estas). Numa segunda perspetiva propôs que se reconsiderasse «os modos, histórica e socialmente diferenciados, do acesso aos textos». E por último, referiu uma ideia que reforça também a convicção de McKenzie<sup>63</sup> quando este afirma que «os autores não escrevem livros: escrevem textos que outros transformam em objetos manuscritos, gravados, impressos», ou seja, «o texto existe só por si, separado de qualquer materialidade» (Chartier, 1997: 20-23, *apud* Furtado, 2000: 220-221).

Partindo da última premissa, torna-se possível introduzir neste estudo uma breve abordagem aos conceitos *Bibliography* e *Sociology of Texts* tratados por McKenzie. O Professor que, em 1985, organizou as palestras «*Panizzi Lectures*» na British Library aprofundou e expôs a *Bibliography*<sup>64</sup> como «a disciplina que estuda os textos enquanto formas conservadas, bem como os processos da sua transmissão, incluindo a sua produção e recepção» (McKenzie, 1999: 12, *apud* Furtado 2000: 222). Ou seja, na verdade pode ser descrita como «o estudo da *Sociologia dos Textos*», uma vez que restabelece a forma como uma comunidade de leitores «confere forma e sentido às suas experiências [...] a partir da decifração dos múltiplos textos que recebe, que produz e de que se apropria» (Furtado, 2000: 223). Sobre esta disciplina, deve ainda ser acrescido que se trata de uma atividade científica de carácter dinâmico, visto que, como sugere Chartier (1997 [1992]: 15, *apud* Furtado, 2000: 224), «os textos são suscetíveis de reutilizações e de reinterpretações pelos diversos públicos a que chegam ou que inventam».

Uma vez que esta abordagem ao tema *recepção* da leitura não reclama uma apresentação de relações de dados estatísticos<sup>65</sup>, é pertinente fazer aqui um parêntese para introduzir que a leitura tanto pode ser praticada segundo uma «*recepção primária*» como através de uma «*recepção competente*» (Santos, 1992: 19). A «prática da leitura e o prazer de ler» podem, por circunstâncias variadas, tornar-se inconciliáveis. Contudo, mesmo em «leitores com reduzidos repertórios de códigos sócio-culturais [sic] e literários» é possível identificar a *experiência estética*, ainda que esta seja assinalada por um contacto superficial e limitado entre o leitor e o texto – a «*recepção primária*» (Santos, 1992: 27). A «*recepção competente*» é, se-

---

turais a partir das categorias de textos que supostamente lhes eram específicos» (Chartier, 1997: 18-19, *apud* Furtado, 2000: 220).

<sup>63</sup> McKenzie, D. F., 1999. *Bibliography and the Sociology of Texts*. 2.<sup>a</sup> edição. Cambridge: Cambridge University Press, p. 29, *apud* Furtado, 2000: 221.

<sup>64</sup> Disciplina que ao longo dos séculos estudou «a composição, a paginação e a transmissão de textos pelos escritores, impressores e editores; a sua difusão por diferentes comunidades através dos grossistas, retalhistas e professores; a sua conservação e classificação pelos bibliotecários; o seu sentido» (McKenzie, 1999: 12, *apud* Furtado 2000: 222).

<sup>65</sup> Que só mais adiante serão empregados neste estudo para reforçar o conceito *motivação*.

gundo Leenhardt (1989, *apud* Santos, 1992: 28), uma prática de leitura que se determina por ser «emocional» e identificativa e que, por isso, tanto lhe confere um sentido crítico como lúdico. Esta matéria será adiante reforçada, numa referência às influências recíprocas entre «motivação», «compreensão» e «meta-cognição [sic]».

Também a teoria alemã sobre a *estética da recepção* procurou fazer com que a leitura se libertasse da obra «para a compreender com uma interpretação que não fosse inteiramente determinada pelos agenciamentos linguísticos e discursivos» (Furtado, 2000: 224). Esta teoria surge pelo pensamento de Jauss, quando numa aula inicial em Konstanz (1967) colocou a questão: «O que é, e com que finalidade se estuda História da Literatura?» (Jauss, 1994, *apud* Filho, 2007: 65). O teórico alemão propôs que se estabelecesse uma relação dialógica entre as obras literárias e os leitores, baseada em interpretações e expectativas que fazem parte da experiência individual do recetor (Filho, 2007: 67).

Trata-se de uma ação [...] que liberta o texto da matéria das palavras, conferindo-lhe existência atual [...], desenvolve-se por intermédio de avisos, de pistas fornecidas pela obra e pelo contexto do seu aparecimento, de modo que é mais correto caracterizá-la como uma relação.

Filho, 2007: 66

Para apreensão desta teoria importa diferenciar os dois processos de *recepção* identificados: o primeiro «concretiza os efeitos e o significado para o leitor contemporâneo da obra» e o segundo efetiva o papel «histórico pelo qual o texto é recebido e interpretado pelos leitores» (Jauss, 2002<sup>66</sup>, *apud* Filho, 2007: 66-67). Para Jauss, a *experiência estética* pode ser referenciada como o princípio da comunicação. Que, como enunciou Iser (1996: 97), trata-se de uma relação recíproca entre dois polos (o texto e o leitor), podendo esta designar-se por «interação». Citando o mesmo teórico literário, a leitura, «sendo uma atividade guiada pelo texto», engata mecanismos de «processamento do texto com o leitor», sendo este último «afetado por tal processo». Vejamos sobre que bases (simultâneas e complementares) assentam os comportamentos de *fruição* que manifestam este efeito: «a consciência como atividade produtora», «a consciência como atividade recetora» e «a reflexão que se identifica como ação» (Jauss, 2002<sup>67</sup>, *apud* Filho, 2007: 66-67).

Em suma, na perspetiva de Jauss, a *fruição estética* não objeta nem o conhecimento (do mundo) nem a ação (Lopes: 2004: 49). Pelo contrário, o recetor (aqui, entenda-se por leitor) é levado pela obra (o texto) e pelo impulso do seu conhecimento a ganhar «consciência da sua liberdade fruitiva», consolidada em função do seu *horizonte de expectativa* (estabelecido so-

---

<sup>66</sup> Texto: *A estética da recepção*.

<sup>67</sup> Texto: *O prazer estético e as experiências fundamentais da poiesis, aisthesis e katharsis*.

bre referências da vida, da obra e do seu enquadramento), e a associar a mecanismos de comunicação e interação (Jauss, 1993, *apud* Lopes, 2004: 50).

### 1.12.2. A experiência da leitura: *motivação e compreensão*

Que significa ler? Etimologicamente, aquele que lê é aquele que escolhe, que vai colher na árvore dos textos os frutos escolhidos: ler é eger, escolher as palavras que emergem do fio do discurso, dar-lhes o brilho e a cor que lhes convém, e por isso todo o leitor é um eleitor, e não há leitura sem uma política da leitura, e não há verdadeira leitura sem uma democracia da leitura.

Coelho, 2001: 78

A democracia da leitura proporcionou aos cidadãos que se tornassem leitores com aptidões para interpretar e compreender, com faculdades para escolher o que querem ler e ainda com competências para detetar o sentido que cada texto pode ter. Aquilo<sup>68</sup> que acontece determina-se por *experiência da leitura*, no sentido em que, perante um texto, o leitor ativa outros sentidos além da visão, de forma a permitir incorporar-se no espaço literário (Gusmão e Coelho, 2001: 79-80). Segundo Coelho (*idem*: 84), a leitura desperta o corpo do leitor: «cria um ritmo próprio: vibrações, oscilações, emergências, rupturas», «cria uma temporalidade própria» e uma «espacialização do tempo», «sustenta-se num destinatário», regista no corpo do leitor «a história de outros corpos», «converte o acaso em destino» e «suspende-se no limiar de um acontecimento: e aí o leitor levanta os olhos do texto».

Viana e Martins (2009: 24) identificam três fatores que incentivam a leitura e tornam possível a sua *compreensão*, a saber: o contexto, o leitor e o texto.

Porém, o leitor que se distingue por ser um ente curioso não se serve somente do estímulo para se definir como tal, mas também utiliza as suas *experiências* (estruturas cognitivas [Viana e Martins, 2009: 30]) e *emoções* (estruturas afetivas [Viana e Martins, 2009: 30]) – sobretudo aquele que exercita a leitura literária com as suas inerentes tenuidades – e ainda outras práticas culturais. De acordo com Chartier (1997 [1992], *apud* Furtado, 2000: 218), a leitura está «incarnada em gestos, em espaços, em hábitos».

A *compreensão* da leitura está, de certo modo, dependente da porção de conhecimentos que o autor e o leitor têm em comum (Solé, 1992, *apud* Viana e Martins, 2009: 30). Em suma, a «promoção da curiosidade», a «abertura ao desconhecido e ao sentido da descoberta» contribuem para a formação do leitor e do seu «exercício de cidadania» (Viana e Martins, 2009: 26).

---

<sup>68</sup> O processo de interpretação e de compreensão.

A propósito, José Saramago<sup>69</sup>, numa intervenção realizada no ano em que recebeu o Prémio Camões, referiu que a atual problemática sobre os reduzidos hábitos de leitura não tem origem no livro enquanto suporte, mas sim na falta de curiosidade dos sujeitos e salientou que «o livro depende da existência do leitor mais do que da existência do editor e do escritor».

### 1.12.3. Da formação do leitor à leitura de textos literários

Quem lê, vê mais; quem lê, sonha mais; quem lê, decide melhor, quem lê, governa melhor, quem lê, escreve melhor. Poucos são os atos que valorizamos e que praticamos que não possam ser melhorados com mais leitura. [...] É bom leitor quem transformou o ato de ler numa necessidade e num instinto primários.

Ceia, 2009: 8

De acordo com Ceia (2009: 1), o leitor de obras literárias, com a sua capacidade de interpretação e experimentação, assume o lugar central e possibilita a medição do valor literário conforme o seu grau de envolvimento. Enquanto o texto informativo é explícito e tem o enfoque na mensagem, o discurso literário reflete-se no processo estético utilizado para a transportar. É por isso implícito, ambíguo, lúdico, codificado e interativo (Viana e Martins, 2007: 7-8<sup>70</sup>, *apud* Viana e Martins, 2009: 14). É do conhecimento geral que, através destas matérias, muitos livros incutiram em leitores o prazer da leitura (Viana e Martins, 2009: 14).

Ceia (2009: 5), por exemplo, refere que a leitura literária tem a particularidade de ser «a única forma de leitura que podemos nunca esquecer» e intensifica esta ideia referindo que é também «aquela experiência que nunca nos empobrece nem nos aprisiona no limite sintático de uma frase» (2009: 7).

---

<sup>69</sup> Saramago, José, 1995. Intervenção no Círculo de Leitores. Lisboa: gravação vídeo apresentada na conferência de Rui Beja no ISCTE para a Unidade Curricular Projetos Culturais do Património do Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura, 14 de maio de 2013.

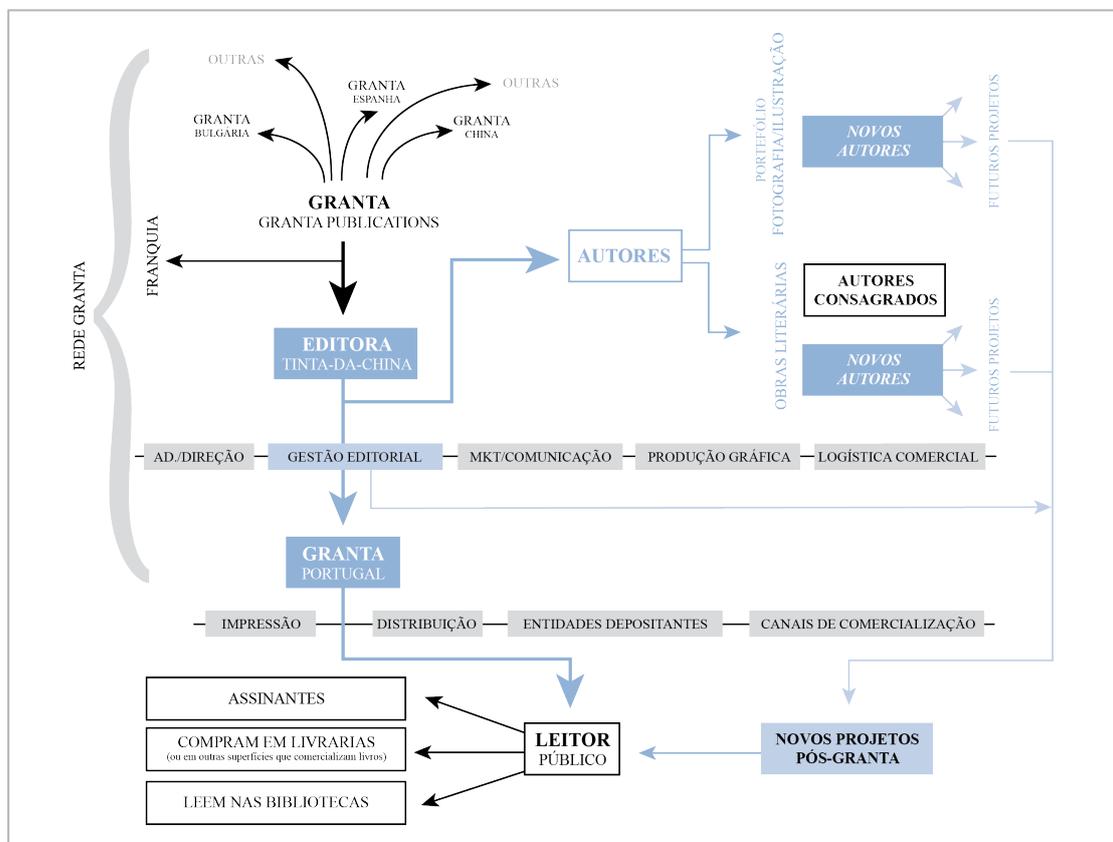
<sup>70</sup> *apud* P. Cerrillo, C. Cañamares e C. Sánchez (Coord.), Actas del V Seminario Internacional de «Lectura y Patrimonio – Literatura infantil: Nuevas lecturas y nuevos lectores» (pp. 439-451). Cuenca SP: Ediciones de la Universidad de Castilla-la-Mancha.

## CAPÍTULO II: CRITÉRIOS METODOLÓGICOS

### 2.1. Modelo de análise

No procedimento para a construção do modelo de análise<sup>71</sup>, e em resultado das questões de partida levantadas na introdução (etapa 1) e das leituras realizadas (etapa 2), considerou-se clarificador mapear o terreno do objeto para melhor reconhecer a sua amplitude, bem como para fixar limites à pesquisa e análise por meio da definição da problemática.

Com base no esquema que reflete o objeto de estudo (Figura 11), o que se destacou como questionável prende-se com os efeitos que se fizeram notar no percurso profissional dos *Novos Autores* dos primeiros quatro números da *Granta Portugal* após a sua participação na revista, assim como, de que forma os objetivos e os resultados obtidos com a edição influenciaram a estratégia de gestão editorial da Tinta-da-China.



**Figura 11 - Mapa do objeto de estudo para identificação da problemática**

Fonte: O presente trabalho

<sup>71</sup> O procedimento é composto por seis etapas: «Etapa 1 – A pergunta de partida»; «Etapa 2 – A exploração» (que pressupõe «As leituras» e «As entrevistas exploratórias»); «Etapa 3 – A problemática»; «Etapa 4 – A construção do modelo de análise»; «Etapa 5 – A observação»; «Etapa 6 – A análise das informações» e a «Etapa 7 – As conclusões» (Campenhoudt e Quivy, 2005: 108).

Por modelo de análise, Campenhoudt e Quivy (2005: 150) entendem «o prolongamento natural da problemática, articulando de forma operacional os marcos e as pistas que serão finalmente retidos para orientar o trabalho de observação e de análise», e que «é composto por conceitos e hipóteses estreitamente articuladas entre si, para, em conjunto, formarem um quadro de análise coerente».

Da problemática delineada extraíram-se três conceitos (que se articulam), a saber: *Granta Portugal*; editora Tinta-da-China e *Novos Autores*. Os mesmos foram fracionados por dimensões e estas pelos indicadores que se ponderou, em função do «problema», serem os mais apropriados (Quadro 1).

CONCEITOS	DIMENSÕES	INDICADORES
<i>Granta Portugal</i>	Conteúdo	Obras literárias Ensaio fotográfico Ilustração
	Conceito	Publicar autores consagrados Veicular <i>Novos Autores</i> Reunir autores consagrados com os <i>Novos Autores</i>
	Projeto	Modelo franquiado ( <i>Granta</i> inglesa)
	Geografia	Edição em Portugal (através do contrato de franquia)
	Periodicidade	Semestral
	Edições	Números 1, 2, 3 e 4
Editora Tinta-da-China	Mediador	Intérprete / Filtro / Seleção de obras e autores
	Estratégia	Gestão editorial <i>Marketing</i> e Comunicação
	Público-alvo	Leitores Novos leitores
	Marca	Catálogo reconhecido Identidade gráfica reconhecida
<i>Novos Autores</i>	Obras literárias	Textos inéditos
	Fotografia	Imagens inéditas
	Ilustração	Imagens inéditas
	Público-alvo	Leitores

**Quadro 1 - Modelo de análise: conceitos, dimensões e indicadores**

Fonte: O presente trabalho

A partir desta etapa tornou-se viável enunciarem-se algumas hipóteses de resposta – suposições que serão atestadas através da observação e das entrevistas, uma vez que a noção de hipótese define-se por ser «uma proposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada» (Campenhoudt e Quivy, 2005: 136).

**(1)** Que motivações conduziram uma editora portuguesa, de estrutura independente, a publicar – em 2013 – uma revista literária?

**Hipóteses:** **(1a)** Diversificar e alargar a oferta editorial. **(1b)** Fidelizar leitores. **(1c)** Captar leitores. **(1d)** Gerir um projeto periódico. **(1e)** Intervir no fenómeno económico das indústrias criativas. **(1f)** Fomentar a cultura literária. **(1g)** Contrariar as políticas editoriais.

**(2)** Que razões justificam a opção pela exploração de um «produto literário» através de um contrato de franquia, em vez da edição de um modelo periódico original?

**Hipóteses:** **(2a)** Haver uma estrutura original segura. **(2b)** Ser um produto prestigiado e reconhecido internacionalmente. **(2c)** Facilitar a aceitação do público-leitor. **(2d)** Poder haver uma permuta de referências de autores e de obras publicadas entre as editoras.

**(3)** Que efeitos a edição da *Granta Portugal* tem para a Tinta-da-China, em relação ao vínculo entre a editora e os *Novos Autores*?

**Hipóteses:** **(3a)** Apoiar *Novos Autores*. **(3b)** Reforçar o catálogo. **(3c)** Ter os direitos sobre obras dos *Novos Autores* publicadas na *Granta Portugal*. **(3d)** Convidar alguns dos *Novos Autores* a participar em mais do que um número da *Granta Portugal*. **(3e)** Contratar alguns dos *Novos Autores* para outros projetos.

**(4)** Que efeitos gerais a publicação de trabalhos (de texto e de imagem) na *Granta Portugal* tem para os *Novos Autores*?

**Hipóteses:** **(4a)** Convite para participar em mais do que um número da *Granta Portugal*. **(4b)** Convite para participar na *Granta* original (ou na *Granta* de outros países). **(4c)** Contratação para outros projetos editoriais da Tinta-da-China. **(4d)** Contratação para projetos de outras editoras. **(4e)** Convite para participar em festivais literários. **(4f)** Convite para participar em entrevistas. **(4g)** Nomeação/Prémios. **(4h)** Críticas literárias nos média. **(4i)** *Feedback* dos leitores.

## 2.2. Modelo de pesquisa qualitativa

O modelo de análise refletido no tópico anterior enquadra esta pesquisa num estudo qualitativo, uma vez que na recolha de dados este modelo enfatiza as palavras em lugar de as quantificar (Bryman, 2012: 380). O número de informadores é restrito e a seleção decorre em função do seu «carácter exemplar» (Albarello, *et al.*, 1997: 103). Neste caso o propósito foi obter revelações sobre as conexões e experiências da editora Tinta-da-China e dos *Novos Autores* pós-edição da *Granta Portugal* (números 1, 2, 3 e 4).

A pesquisa qualitativa interessa-se pelo sentido do experienciado e é descritiva (Creswell, 1994: 145). Trata-se de uma estratégia de investigação «interpretativa», «construtiva» e «indutiva» (Bryman, 2012: 380), sendo o fundamento do processo indutivo a pesquisa exploratória do terreno (Albarello, *et al.*, 1997: 97).

Se o conhecimento do terreno suscita hipóteses, importa que não nos esqueçamos de tirar partido das leituras feitas, de encontrar testemunhas privilegiadas ou especialistas, de utilizar técnicas de criatividade para explorar novas dimensões do problema.

Albarello, *et al.*, 1997: 97

## 2.3. Instrumentos de recolha de dados

Mediante estas diretrizes, dos métodos de investigação que a pesquisa qualitativa disponibiliza selecionaram-se a «recolha documental», a «observação participante» e as «entrevistas qualitativas» (Bryman, 2012: 383)<sup>72</sup>.

**Recolha documental:** porque não se tratando de materiais intencionalmente criados para investigação (Bryman, 2012: 543), gozam de «autenticidade», «credibilidade», «representatividade» e «significado» (Scott, 1990: 6, *apud* Bryman, 2012: 543).

**Observação participante:** porque consente uma imersão no ambiente dos intervenientes (Bryman, 2012: 383).

**Entrevistas qualitativas:** porque permitem ao investigador obter informações não adquiridas (Albarello, 1997: 86) por intermédio dos outros métodos de pesquisa.

---

<sup>72</sup> Excluem-se desta pesquisa os métodos «*focus group*» e «análise do discurso».

## **2.4. Objetivos e operacionalização dos métodos de pesquisa**

### **2.4.1. Recolha documental**

A recolha e análise documental realizou-se através da pesquisa de notícias e artigos (textuais e imagem de vídeo) sobre a edição da revista, tanto divulgados na imprensa escrita como na internet (por exemplo, na página de Facebook da *Granta Portugal*). Foi concretizada com o objetivo de conhecer a base do projeto e os seus protagonistas, bem como verificar em que moldes estava a ser divulgado e aceite pelos média e pelo público-leitor.

Este processo decorreu em três fases: a primeira equivale ao período que antecedeu o lançamento da revista – a fase de promoção/divulgação (de fevereiro a 24 de maio de 2013). A segunda englobou os 18 primeiros meses de edição (de maio de 2013 [mês da publicação do número 1] até outubro de 2014 [mês da publicação do número 4]). A última decorreu após a edição do número 4 (de novembro de 2014 a agosto de 2016) e corresponde à fase de recolha de informações sobre acontecimentos pós-edição na *Granta Portugal* (no percurso dos *Novos Autores* e da editora Tinta-da-China).

### **2.4.2. Observação participante**

O recurso ao processo de observação participante deu-se nos dias de lançamento dos primeiros quatro números da revista. Destaca-se o dia da apresentação ao público da *Granta Portugal* 1, que decorreu na tarde de 25 de maio de 2013 na Feira do Livro de Lisboa, com uma conversa entre Carlos Vaz Marques (diretor da *Granta Portugal*) e John Freeman (editor da *Granta* inglesa, à data). Também os autores Dulce Maria Cardoso e os *Novos Autores* Ricardo Dias Felner e Valério Romão testemunharam a sua participação no projeto. A presença nas restantes datas de lançamento sucedeu por convite do diretor da *Granta Portugal* (a primeira comunicação entre pesquisadora e informante foi estabelecida por *e-mail* em março de 2013 e presencialmente na mesma Feira do Livro).

Nesses eventos foi também possível estabelecer um segundo contacto com a diretora da Tinta-da-China, Bárbara Bulhosa (tendo ocorrido o primeiro, via *e-mail*, em abril de 2013), conhecer a equipa editorial, assim como fruir da presença de alguns autores.

### 2.4.3. Entrevistas qualitativas: *semidiretivas* e *não-diretivas*

No âmbito das entrevistas qualitativas determinou-se explorar dois modelos pelas características que os distinguem: as que se denominam por *semidiretivas* e as *não-diretivas*. Abaixo uma definição para ambas:

*Semi-structured interview*: This is a term that covers a wide range of instances. It typically refers to a context in which the interviewer has a series of questions that are in the general form of an interview schedule but is able to vary the sequence of questions. The questions are frequently somewhat more general in their frame of reference from that typically found in a structured interview schedule. Also, the interviewer usually has some latitude to ask further questions in response to what are seen as significant replies.

*Unstructured interview*: The interviewer typically has only a list of topics or issues, often called an interview guide or *aide-mémoire*, that are to be covered. The style of questioning is usually informal. The phrasing and sequencing of questions will vary from interview to interview.

Bryman, 2012: 212-213

Como foi constatado, a problemática suscitada impôs que se conseguissem dados para a análise através de informadores privilegiados. Só assim foi possível obter dados consistentes e particulares (ainda que possam ser de conhecimento público) sobre a experiência pós-edição da *Granta Portugal*.

Para as entrevistas *semidiretivas* (com registo áudio) foram convidados e esclarecidos sobre a intenção das mesmas (via *e-mail*) os responsáveis pelo projeto, nomeadamente Carlos Vaz Marques (diretor da *Granta Portugal*) e Bárbara Bulhosa (diretora da Tinta-da-China). Elaboraram-se três guiões distintos, com base nas hipóteses consideradas no modelo de análise: dois para as entrevistas a Carlos Vaz Marques e um para a entrevista a Bárbara Bulhosa.

As entrevistas *não-diretivas* foram dirigidas por *e-mail* (perante o convite aceite através do contacto prévio pelo mesmo meio) a 12 *Novos Autores* (tanto de obras literárias como de obras fotográficas/ilustradas), demarcados por critério (ver a fórmula utilizada no Quadro 7 do Capítulo III, no tópico 3.2.), participantes nos primeiros quatro números da *Granta Portugal*. Optou-se por este modelo de entrevista (com um guião comum) por ser «exclusivamente articulada em torno de um tema geral que se pretende que o entrevistado explore» (Albarelo, 1997: 88). Neste caso, a confirmação do impacto na sua atividade, enquanto autores, proporcionado pela participação na revista *Granta Portugal*.

## 2.4.4. Construção dos guiões das entrevistas

Entrevistar criativamente é entrevistar com determinação atendendo ao contexto.

Douglas, 1985, *apud* Foddy, 1996: xv-xvi

Para formulação das questões a serem colocadas aos informantes seguiu-se a orientação de Foddy (1996) sobre «Como Perguntar».

### 2.4.4.1. Entrevistas *semidiretivas*

Os guiões das entrevistas *semidiretivas* foram construídos a partir de temas/ideias-chave. A grelha abaixo (Quadro 2) expõe os tópicos utilizados para cada caso. Os respetivos guiões (entrevistas n.º 1, n.º 2 e n.º 3) constam em detalhe no separador Anexos (tópico B).

<b>Entrevista n.º 1 (CVM)</b> 21-10-2013	<b>Entrevista n.º 2 (BB)</b> 04-10-2016	<b>Entrevista n.º 3 (CVM)</b> 04-10-2016
<ul style="list-style-type: none"><li>• A <i>Granta</i></li><li>• O público-leitor</li><li>• O projeto <i>Granta Portugal</i></li><li>• Conteúdos</li><li>• <i>Marketing</i> e Comunicação</li><li>• A editora Tinta-da-China</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• O projeto <i>Granta Portugal</i></li><li>• Os <i>Novos Autores</i></li><li>• O público-leitor</li><li>• A editora Tinta-da-China</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Os resultados do projeto <i>Granta Portugal</i></li><li>• Os <i>Novos Autores</i></li><li>• A estratégia editorial</li></ul>

Quadro 2 - Grelha de tópicos para construção das entrevistas *semidiretivas*

Fonte: O presente trabalho

### 2.4.4.2. Entrevistas *não-diretivas* e questionário de caracterização dos entrevistados

O guião comum das entrevistas *não-diretivas* (n.º 4) e o questionário de caracterização dos entrevistados aos 12 *Novos Autores* (demarcados) constituem-se por 6 e 9 questões (respetivamente) e encontram-se apresentados nos tópicos b4 e b5 do separador Anexos. O convite aos 12 *Novos Autores* estabeleceu-se em setembro de 2016, dos quais 10 aceitaram participar e 2 não responderam ao contacto. A partir do tópico 3.3. do estudo empírico apenas serão mencionados os 10 nomes que responderam ao convite para a entrevista via *e-mail*.

## CAPÍTULO III: ESTUDO EMPÍRICO

### 3.1. O objeto do estudo

#### 3.1.1. A origem: *Granta Magazine*

O periódico literário *The Granta* foi fundado em 1889 por universitários de Cambridge e batizado com o nome do rio que atravessa a cidade inglesa. À época, os textos que publicava subscreviam um género político e humorístico estudantil, tendo constituído, para autores como Stevie Smith, Ted Hughes ou Sylvia Plath, a ocasião para editarem os seus primeiros trabalhos<sup>73</sup>. Após um interregno na edição, ressurgiu em 1979 por iniciativa do editor Bill Buford como *Granta: The Magazine of New Writing* – uma revista trimestral, de carácter literário, sem ligações académicas, e que conta (nos seus números publicados) com textos de autores como Saul Bellow, Salman Rushdie, Martin Amis ou Angela Carter<sup>74</sup>. Sob o propósito de atribuir reconhecimento aos autores emergentes, desde 1983 (e de década em década a partir de então), a *Granta Magazine* divulga uma lista com o nome de 20 jovens romancistas britânicos – designadamente, a *Granta Best of Young British Novelists*<sup>75</sup>. Com o formato de um livro e o conceito de juntar textos de «autores consagrados» a trabalhos de «autores emergentes», a revista é atualmente estimada pela qualidade da escrita e pela «mistura eclética de jornalismo, ficção, memórias e fotografia»<sup>76</sup>.

In its blend of memoirs, photojournalism, reportage and in its championing of contemporary realist fiction, *Granta* has its face firmly pressed up against the window, determined to witness the world.

2 April 2000, *The Observer*<sup>77</sup>

Depois de Bill Buford, outros nomes foram responsáveis pela edição da *Granta Magazine*, nomeadamente Ian Jack (1995-2007), Jason Cowley (2007-2008), Alex Clark (2008-2009) e John Freeman (2009-2013)<sup>78</sup>. Hoje a revista é dirigida por Sigrid Rausing<sup>79</sup>, também proprie-

---

<sup>73</sup> About Granta Magazine [Em linha].

<sup>74</sup> About Granta [Em linha].

<sup>75</sup> Granta Best of Young British Novelists [Em linha].

<sup>76</sup> The Magazine of New Writing [Em linha].

<sup>77</sup> Excerto do artigo publicado sobre a *Granta* 69: «The Assassin», na rubrica *Paperbacks* do jornal inglês *The Observer* [Em linha].

<sup>78</sup> About Granta [Em linha].

<sup>79</sup> About Granta Books [Em linha].

tária da editora Granta Books desde 2005.<sup>80</sup> Ainda em 2009 a *Granta* passou a ter edição (própria) em rede – ou seja, a marca expandiu-se para países como, por exemplo, Espanha, Bulgária, Noruega, Suécia, Itália, China e Portugal (Rohter, 2012).

### 3.1.2. O produto: *Granta Portugal*

Não é uma revista de atualidade, nem jornalística. Os textos que a compõem têm valor pela sua qualidade literária, independentemente do género – ficção, ensaio, reportagem ou outro. A importância dada à escrita, à sua forma, é maior do que a que habitualmente se dá num jornal. Haverá ainda textos inéditos de autores que já morreram, bem como ensaios fotográficos. E haverá espaço para se publicarem pessoas com talento e que ainda não tenham sido publicadas.

Tinta-da-China<sup>81</sup>



Figura 12 – Capas dos números 1, 2, 3 e 4 da *Granta Portugal*

Fonte: *site* da Tinta-da-China, Granta

A edição da *Granta* chegou a Portugal em maio de 2013 pela direção do jornalista Carlos Vaz Marques e com chancela da editora Tinta-da-China, dirigida por Bárbara Bulhosa, que assumiu só ter fechado o acordo com a Granta Books «sabendo que o Carlos Vaz Marques aceitaria ser diretor da revista».

Atendendo ao conceito colocado em prática por Bill Buford – publicar textos de «autores consagrados» juntamente com trabalhos de «autores emergentes» –, John Freeman<sup>82</sup> classificou a *Granta* como o «Cavalo de Troia»<sup>83</sup>. Sobre esta comparação, Carlos Vaz Marques considera que:

<sup>80</sup> About Granta Staff [Em linha].

<sup>81</sup> Sobre a Granta [Em linha].

<sup>82</sup> Editor da *Granta* inglesa entre 2009 e 2013, com quem a Tinta-da-China estabeleceu o acordo de franquia da marca.

<sup>83</sup> Esta expressão foi utilizada (e registada no processo de «observação participante») na apresentação da *Granta Portugal* 1, que decorreu a 25 de maio de 2013 na Feira do Livro de Lisboa, durante uma conversa pública entre o diretor da *Granta Portugal* e o editor da *Granta* inglesa, à data.

A ideia do «Cavalo de Troia» é engraçada e tem a ver justamente com aquele pressuposto do conceito, segundo o qual se juntam autores conhecidos e menos conhecidos [...] É um veículo que faz passar, no caso, guerreiros incógnitos [risos], e fá-los penetrar nas muralhas. Aqui as muralhas seriam o reconhecimento literário e a *Granta* permite que alguns jovens guerreiros da literatura, desconhecidos, consigam penetrar nessas muralhas de reconhecimento e passem a ser conhecidos... Levados por esse veículo que é a *Granta* e pelo reconhecimento que a revista tem, tendo a participação de autores mais conhecidos. Portanto, [...] dar esse impulso a autores que, de outra forma, provavelmente, não teriam reconhecimento. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

E acrescenta o seguinte facto relativo à edição da *Granta Portugal*:

É um conceito que vingou e que ao longo de mais de três décadas mostrou resultados e é nesse mesmo conceito que nós também pegámos para fazer a *Granta* portuguesa. Com uma variante aqui, que é a de termos não só os autores portugueses que convidamos, ou de língua portuguesa – nalguns casos podemos alargar a outros espaços da língua portuguesa –, mas também autores ingleses – autores da edição original, onde vamos buscar textos que já foram publicados, que são aqui republicados e que estavam inéditos em português. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Em vista disso, a *Granta Portugal* é também um projeto de responsabilidade pelo seu «nome de prestígio», como afirma Carlos Vaz Marques [diretor da *Granta Portugal*, na entrevista realizada a 21-10-2013]:

[...] e portanto temos a responsabilidade de manter o tal nível de qualidade intocada. Melhorar, se possível.

O diretor do projeto revelou que o primeiro contrato de franquia estabelecido com a *Granta* inglesa acordou a edição de quatro números semestrais, com o pagamento de um *fee* (uma taxa) por cada título e por cada texto com origem internacional, bem como reclamou fidelidade ao conceito original da marca. Bárbara Bulhosa acrescenta que a Tinta-da-China também gratifica os autores portugueses convidados. Ou seja, e na voz da responsável pela editora: «[A *Granta*] é um produto cultural muitíssimo caro. Muito mais dispendioso do que fazer qualquer outro livro.» A mesma fonte assinala ainda a pertinência de um detalhe: «A *Granta* é publicada pela Tinta-da-China, mas a *Granta* tem uma identidade própria [...] quisemos sempre dar-lhe um cariz mais autónomo», e por isso, além de a *Granta* se ter desacoplado da página do Facebook da Tinta-da-China, «também tem um *site* próprio. Isto é, no domínio da Tinta-da-China temos a *Granta Portugal* e a Tinta-da-China Brasil. Mas as três partes estão divididas», e além disso, «a equipa *Granta Portugal* é fixa».

Sobre a mecânica é interessante referir que aos quatro primeiros números da revista literária

foram atribuídos os temas «EU»; «PODER»; «CASA» e «ÁFRICA», e que é Carlos Vaz Marques quem os escolhe e em função dos mesmos convida («desafia») os autores a responderem com trabalhos escritos ou de imagem.

No primeiro ano de edição (2013), a produção *Granta Portugal* contava com uma «rede de segurança» de 1250 assinantes. Chegou aos 2000, mas em dois anos o número decresceu e, atualmente, tem cerca de 1000. Situação que Bárbara Bulhosa demonstra compreender:

O facto de o número ter baixado é normal, porque as assinaturas são de quatro em quatro números, e, ou são renovadas ou não. Nesta fase temos uma campanha para renovação das assinaturas porque muitas delas terminam agora. Estou convencida de que a quebra será pelos 20 %. É normal. Algumas pessoas justificam que têm revistas que ainda não puderam ler. Também houve uma fase, em 2015, em que o motivo tinha a ver com o desemprego. Mas nunca nos disseram «não renovo, porque acho que a revista não tem qualidade», e isso é importante. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

A estes motivos, Carlos Vaz Marques acrescenta as seguintes razões:

No princípio havia aquele fenómeno da novidade, e havia também um investimento nosso no Facebook, utilizando a funcionalidade de pagamento para haver mais exposição de uma mensagem. Mas era insustentável continuarmos a fazê-lo. No período de lançamento fazia sentido haver essa comunicação. [entrevista realizada a 04-10-2016]

Em suma, o efeito de decréscimo é normal que aconteça. E isso ocorre, penso eu, também com outras revistas. Aquelas publicações que têm capacidade económica para fazer campanhas sucessivas, fazem-nas. E nós não temos meios para estar a reinvestir em *marketing*. Vamos concentrar-nos no nosso *core business*, que é a literatura. [entrevista realizada a 04-10-2016]

Mas os assinantes são também os leitores a quem a direção da editora e da revista envia «a *Granta* com uma carta personalizada» e assinada «à mão», por exemplo, refere o diretor. Este aspeto estratégico de fidelização do público-leitor corresponde à Literatura (Capítulo 1, p. 25) mencionada a partir de Medeiros (2006: 356-357). Conforme Carlos Vaz Marques [entrevista realizada a 21-10-2013]:

Uma das coisas que me agradava muito na *Granta*, e por isso fiz muito finca-pé para que nós tivéssemos assinantes e que fossem tratados de uma forma especial – no sentido de receberem a revista antes de ela chegar às livrarias, e sem haver revelação de muitos nomes –, tem a ver com a minha experiência enquanto leitor. Daquilo que mais gostava, e acho que se perdeu muito, era receber a revista sem saber exatamente o que lá vinha e depois descobrir. Descobrir por mim! E hoje em dia nós temos muita dificuldade de descobrir por nós próprios, o que quer que seja... [...] E perdemos um bocadinho aquela espontaneidade da nossa análise pessoal.

Essa personalização e essa aproximação, por um lado, tem um valor de *marketing*, mas por ou-

tro é genuíno e tem a ver com aquilo de nós não querermos propriamente uma massa de leitores ou compradores. Nós queremos leitores e queremos pessoas com quem possa haver proximidade [...] Por isso é que temos uma página no Facebook<sup>84</sup> e respondemos diretamente às pessoas. [...] Aquilo que me dá prazer e é uma das marcas que distingue a Tinta-da-China, é o desejo de trabalhar com pessoas concretas e de receber respostas de pessoas concretas.

Para o diretor da *Granta Portugal*, o Facebook foi um bom instrumento por «atuar em rede». Consideração que vai ao encontro da Literatura (Capítulo 1, p. 26) de Carter (2013) sobre a potencialidade do canal de comunicação Facebook. Na visão de Carlos Vaz Marques:

Havendo a sorte de gerar partilha, acaba por alcançar muita gente. E isso aconteceu. [entrevista ao diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Atendendo às estratégias de *marketing* e de comunicação em termos gerais, e referindo-se aos assinantes, acrescenta:

Estamos num mundo em que é preciso ter visibilidade. E nós não conseguimos visibilidade dizendo só: *Granta!* Temos de dar mais qualquer coisa... No n.º 1 os sonetos de Fernando Pessoa foram a âncora. Mas o prazer da descoberta é algo que me parece ser um dos trunfos que a revista pode ter, pelo menos para as pessoas que apostam nela e à partida já lhe dão credibilidade. [entrevista ao diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Porém, através das entrevistas *semidiretivas*, não só foi possível verificar que os assinantes são o público-leitor «mais entusiástico» e a garantia que suporta o investimento da publicação, mas, também, que há um segundo tipo de público:

O que compra nas livrarias e que tem outro tipo de reação – porque compra depois de folhear, eventualmente. E depois de olhar para os nomes que estão em cada número... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Relativamente à procura da *Granta Portugal* nas bibliotecas (supondo que esses leitores possam ser classificados como um terceiro tipo de público), em 2013, Carlos Vaz Marques confirmou que por iniciativa particular, algumas bibliotecas assinaram a revista, mas que a Tinta-da-China tencionava que o Instituto do Livro tornasse a rede nacional de bibliotecas assinante, o que ainda não se formalizou em outubro de 2016.

No que diz respeito à comercialização da *Granta Portugal* nas Feiras do Livro, é apropriado ressaltar o impacto alcançado. O n.º 1 da revista literária foi publicado na semana da Feira do Livro de Lisboa de 2013, e os visitantes reagiram positivamente, como testemunham Carlos Vaz Marques e Bárbara Bulhosa:

---

<sup>84</sup> À data da entrevista n.º 1 a página oficial do Facebook da *Granta Portugal* contava com 20 549 seguidores. A 4 de outubro de 2016 contabilizava 40 191.

A Feira do Livro correu muito bem. Foi excepcional! As pessoas procuravam a *Granta* mesmo não sabendo bem o que era a *Granta*. Instalou-se a ideia de ser uma coisa boa. Mas tenho sempre presente que era o n.º 1. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Na Feira do Livro venderam-se mil e tal... Até esgotou e fizemos reimpressões. E isso é muito engraçado porque havia pessoas que não faziam a mínima ideia do que era a *Granta* mas queriam a *Granta* [risos]. Telefonavam, apareciam aqui... e eu percebia claramente que, «aquela pessoa» não fazia ideia do que era a revista *Granta*. As pessoas só sabiam que tinha saído uma nova revista... [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Nas Feiras do Livro a *Granta* destaca-se sempre! E vendemos números anteriores. Uma das coisas em que a *Granta* é diferente é no facto de não ter promoções nas vendas, porque é um produto muito caro e tem de ser visto como tal em relação a outros livros. Com a *Granta* a gestão é feita de uma forma completamente diferente. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

[...] Sendo um produto semestral, o que acontece, normalmente, é ter um mês de visibilidade (o que já é bom), e depois entra em hibernação até ao próximo número. O que aconteceu com a *Granta* foi algo estranho e extraordinário – manteve-se sempre com visibilidade. Também por outra razão... Houve outro fator, que não sei descodificar... Houve um mal que veio por bem. O mal foi: fizemos 2000 exemplares e houve uma procura muito superior. E de repente a *Granta* esgotou! [...] E aquilo que normalmente acontece é: quanto mais visibilidade um produto tem... Quanto mais está disponível... mais é consumido. No caso da *Granta* esse princípio foi contrariado. Porque o princípio da expectativa foi mais alto do que o princípio da disponibilidade. E uma expectativa sem disponibilidade torna o objeto mais apetecido. Tenho pensado um bocadinho sobre isto, mas não tenho uma explicação muito definitiva. E como houve reimpressões sucessivas, «ela», na livraria, desaparecia e reaparecia! E no Facebook ia sempre aparecendo... Ou seja, o n.º 1 teve meio ano de visibilidade, quando devia ter tido 15 dias ou, na melhor das hipóteses, um mês. Foi um golpe de sorte... Também trabalhamos para ter sorte... Mas podíamos não ter. Houve essa visibilidade permanente que gostava que se mantivesse... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

### **3.1.3. O editor: Tinta-da-China**

A Tinta-da-China é uma editora de livros independente, fundada em Lisboa, no ano de 2005, por Bárbara Bulhosa – que assumiu a direção editorial – e por Inês Hugon – que se encarregou da direção de produção –, a quem se juntou ainda no arranque do projeto Vera Tavares – como diretora de arte. Atualmente a equipa é composta por Bárbara Bulhosa, que se mantém

na direção editorial, por Inês Hugon, que assumiu a direção comercial, por Rute Dias, que se encarrega da direção administrativa, por Madalena Alfaia, que é a responsável pela direção de comunicação e *foreign rights*, por Rita Matos, que representa a direção de produção e por Vera Tavares na direção de arte e Pedro Serpa no *design* e paginação. No seu catálogo, a Tinta-da-China conta com a edição de quase 500 títulos em Portugal e possui um *site* na internet com loja *online*, bem como uma página oficial no Facebook<sup>85</sup>.

Bárbara Bulhosa define a Tinta-da-China como uma editora que «não publica livros que considere que não têm qualquer tipo de pertinência para o mercado. Pertinência social, política ou literária», e refere que publica «muitos livros sobre política, investigações jornalísticas, sobre direitos humanos, racismo, e mais», justificando:

Há aqui um *statement* político também, porque um editor não é só uma pessoa que publica livros. Penso que temos que ter consciência de que estamos a contribuir para promover uma série de ideias, que são muito transmitidas através dos livros. Por mais internet, televisão e comunicação que haja, os livros continuam a ser muito importantes na divulgação das ideias. Portanto, não publico textos racistas, não publico textos homofóbicos, não publico textos fascistas. Há uma série de premissas em que à partida eu não vou pôr o selo Tinta-da-China. Cada vez que publico um livro estou a assinar esse livro como editora. E tenho muito cuidado. Prefiro arriscar mais e publicar textos que considero que têm relevância para o público. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

E exemplifica:

Publiquei um livro sobre «Liberdade de Expressão» no qual não me revejo – e não tenho que me rever na opinião do autor –, mas acho que a opinião do autor é uma opinião que deve ser discutida na sociedade, que deve ser pensada. Penso que deve discutir-se este assunto da «Liberdade de Expressão», do «Politicamente Correto», independentemente de eu concordar com o autor ou não. E isto é válido para qualquer autor, porque eu não tenho que assinar tudo aquilo que as pessoas dizem, mas tenho que respeitar. Eu tenho que perceber que são investigações rigorosas, tenho que perceber que há uma seriedade por detrás daquele trabalho – que não está ao serviço de ninguém, a não ser ao serviço da liberdade, dos direitos humanos, da luta contra o machismo, a homofobia... – aí sim, eu publico claramente num cariz político e social. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Sobre a gestão estratégica editorial, a responsável pela Tinta-da-China refere que tem sido ajustada e que opta por «avançar quando há consistência», ou seja:

Em 2008 começámos a «Coleção Literatura de Viagens» com o Carlos Vaz Marques, que hoje acho que é considerada a «Coleção de Viagens» em Portugal. Mais tarde, em 2013, o Jerónimo Pizarro chega com o Pessoa, que também tem sido um projeto interessantíssimo [...] Depois o

---

<sup>85</sup> Contactos [Em linha].

Pedro Mexia, que em 2014 aceitou dirigir uma coleção de poesia. Eu nunca teria entrado na poesia sozinha, porque não tenho conhecimentos para isso e porque para se fazer tem que se fazer mesmo bem. Não podemos dar-nos ao luxo de arriscar e temos de ter noção das nossas próprias limitações. E se há livros que para mim são muito fáceis de escolher, há outros que não... Não posso perceber de tudo e também não contrato ninguém para ler por mim. Portanto, a estratégia tem sido diferenciarmo-nos no mercado – já conseguimos –, mas no início tivemos de apostar mais nos materiais, mais na qualidade de revisão, de paginação. Fazemos a nossa grande aposta de *marketing* no produto. Nunca tivemos orçamento para investir em publicidade, logo, a nossa aposta foi na qualidade do produto – tanto no seu conteúdo como na sua embalagem. Isso também está relacionado com o facto de gostarmos muito de livros enquanto objetos e por isso temo-nos recusado a fazer *e-books*. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Em suma:

Interessa-me ir conquistando os leitores e ir alimentando os leitores. Temos de ser criativos. Não vale a pena termos uma fórmula e continuar a usá-la. Temos que nos reinventar. Isso é essencial, porque caso contrário é muito fácil sermos absorvidos. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

A propósito da «aposta na qualidade do produto» mencionada por Bárbara Bulhosa, no papel de diretor da «Coleção Literatura de Viagens» e da *Granta Portugal*, Carlos Vaz Marques reforça este princípio da Tinta-da-China:

Podíamos fazer as capas dos livros da Tinta-da-China numa cartolina mais barata e o miolo num papel menos bom, mas não era a mesma coisa. Temos um trabalho graficamente cuidado. E na *Granta* o princípio é o mesmo. E acho que isso se nota e as pessoas reconhecem. Os livros da «Coleção de Viagens», por exemplo, em vez de terem a capa dura podiam ser simplesmente cartonados... Se nós fizermos economias de escala e começarmos a pensar «isso fica muito mais barato se...» [...] Mas decidimos que aquele era o padrão de qualidade e mantemos. E isso é uma coisa que só pode funcionar, acreditamos nós... «à la longue». No curto prazo é mais fácil fazer umas contas e pensar que, se poupar no papel, ou se poupar na revisão... Mas depois não era a Tinta-da-China [...] Tenho visto alguns editores desaparecerem por causa disto. Porque não foram distintivos em nada. Há nichos de mercado e há áreas em que o grau de exigência é diferente. E nós trabalhamos para um público que é especialmente exigente a todos os níveis. Ao nível dos conteúdos, ao nível da qualidade gráfica, ao nível da qualidade dos materiais, etc. Portanto, é isso ou descaracterizarmo-nos. E na *Granta* acontece a mesma coisa. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Além de editar, a Tinta-da-China proporciona serviços de consultoria editorial aos seus autores. A esse respeito, Bárbara Bulhosa revela que tratam dos assuntos sobre os contratos e os direitos dos autores no estrangeiro, por exemplo, mas que também apoiam os autores em ques-

tões relativas a outros projetos. E conclui, afirmando que:

A maioria dos meus autores não faz nem aceita projetos sem me consultar. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Em 2012 a editora afiliou-se também no Brasil, como Tinta-da-China Brasil, onde já publicou cerca de vinte livros. Bárbara Bulhosa enunciou os motivos desta expansão e descreveu as principais características do projeto:

Tem a ver essencialmente com esta ponte entre a literatura brasileira e a literatura portuguesa, e com o facto de que apesar de falarmos a mesma língua temos um muro gigantesco a separar-nos. Sempre li muito autores brasileiros e sempre tive a noção de que os autores portugueses – aqueles que eu considero que mais facilmente poderiam ser lidos no Brasil – não estavam lá publicados, nomeadamente os meus. E portanto fui para o Brasil publicar a Dulce Maria Cardoso, o Ricardo Araújo Pereira, a Alexandra Lucas Coelho, o Pedro Rosa Mendes, o Daniel Blaufuks, o Pedro Mexia, o Carlos Vaz Marques... Para fazer essa ponte – para as pessoas passarem a conhecer esta geração de autores portugueses que não conheciam. Isto foi no início... Depois comecei a assustar-me muito mais quando descobri que a Agustina Bessa-Luís não estava lá... o Herberto Helder e o Eduardo Lourenço também não... o Antero de Quental... E comecei a pensar que, para além dos autores contemporâneos, queria publicar os autores clássicos portugueses no Brasil. E neste momento tenho um projeto e estou a publicar estes autores no Brasil, e também Fernando Pessoa e o Jerónimo Pizarro. E isso tem sido muito gratificante, porque os brasileiros recebem-nos muito bem. Temos visibilidade nas livrarias, reconhecem o nosso trabalho e têm imenso respeito pela Tinta-da-China. Sinto sempre um carinho muito grande no Brasil em relação à editora. E o que acabou por acontecer, e que não era uma ideia inicial, foi ter trazido para Portugal autores brasileiros que não estavam cá publicados. Por exemplo, o Nelson Rodrigues que é um dos maiores escritores do século XX de língua portuguesa [...] Publicá-lo cá foi, para mim, algo maravilhoso. Para além de ter trazido outros contemporâneos, publiquei muitos brasileiros, estou a publicar e vou continuar. A minha ideia é a Tinta-da-China Brasil e a Tinta-da-China Portugal funcionarem como uma ponte. Mas os critérios são os mesmos. Faz sentido na Tinta-da-China Portugal e Brasil eu dar prioridade, obviamente, aos meus autores, àqueles que apostaram na Tinta-da-China. Porque é uma editora independente, porque é uma editora que tem poucos recursos financeiros, porque concorre com grupos que têm imensos recursos, e portanto, para os autores estarem comigo, o mínimo que eu posso fazer é serem aqueles para quem eu vou trabalhar. Não faz sentido para mim publicar outros autores portugueses que leio e gosto, mas que não são os meus autores. Publico os meus. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Relativamente à qualidade de editora *independente* e também ao seu crescimento, a diretora da Tinta-da-China menciona que:

Há aqui, de facto, uma relação importante para uma editora independente sobreviver. Para além de muito trabalho, acho que tem de haver algum talento, mas principalmente também muita sorte. E temos tido a sorte de nos cruzarmos com pessoas que entendem a mesma linguagem que nós e que trabalham connosco à base de confiança e lealdade. E a Tinta-da-China tem isso com os seus autores. E só funciona assim. Para além de uma equipa muito coesa e muito estável, a relação de confiança dos autores com a editora é fundamental, até para eles não saírem, para continuarem a querer fazer mais e melhor, e nós também em relação a eles. Portanto, penso que há vários autores com quem fomos crescendo, paralelamente. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

### 3.2. Exercício criterioso para demarcação dos *Novos Autores* a serem convidados a participar na entrevista *não-diretiva*

Com recurso ao método de investigação «recolha documental», foi elaborada *a priori* uma grelha onde constam os autores que participaram nas edições 1, 2, 3 e 4 da *Granta Portugal*. Através de uma caracterização específica (por país de origem; pelo número das edições da *Granta Portugal* em que participaram; pelo reconhecimento do estatuto; pelo género de conteúdo; pela data de publicação/apresentação dos primeiros trabalhos e por algumas notas de observação), foi possível identificar/selecionar o grupo de *Novos Autores* a quem dirigir a entrevista *não-diretiva* e o questionário de caracterização dos entrevistados.

Trata-se de 12 *Novos Autores* de texto e de imagem, de nacionalidade portuguesa ou estrangeira – que residem/residiram ou que exercem/exerceram atividade profissional em Portugal (ver Quadro 3, *infra*).

Autores dos números 1, 2, 3 e 4 da <i>Granta Portugal</i>	País de origem	Participação na <i>Granta Portugal</i>	Consagrado	<i>Novo Autor</i>			Primeiros trabalhos publicados/apresentados	Observações
				Texto	Imagem			
Afonso Cruz	Portugal	1; 2		x	x	x	2008	Prémios literários Escritor/Ilustrador
Alain Corbel	França	4	x			x	1994	Ilustrador premiado Vive em Portugal
Alex Gozblau	Itália	3		x		x	1996	Ilustrador premiado Vive em Portugal
Alexandra Lucas Coelho	Portugal	3	x		x		2007	Prémios literários
Aminatta Forna	Escócia	4	x		x		1995	Prémios literários
Ana Teresa Pereira	Portugal	2	x		x		1989	Prémios literários

António Cabrita	Portugal	4	x		x		1995	Jornalista
António Osório	Portugal	3	x		x		1972	Poeta/Advogado
Binyavanga Wainaina	Quénia	4	x		x		2001	Escritor/Jornalista
Bruce Chatwin	Inglaterra	4	x		x		1977	Escritor
Carlos Drummond de Andrade	Brasil	2	x		x		1930	Escritor/Poeta
Chimamanda Ngozi Adichie	Nigéria	4	x		x		1997	Prémios literários
Daniel Blaufuks	Portugal	1	x			x	1991	Fotógrafo/Prémios
Délio Jasse	Angola	4		x		x	2009	Língua portuguesa
Dulce Maria Cardoso	Portugal	1	x		x		2002	Prémios literários
Fernando Pessoa	Portugal	1	x		x		1910	Escritor/Poeta/Tradutor
Gonçalo M. Tavares	Angola	2	x		x		2003	Prémios literários
Ha Jin	China	3	x		x		1990	Prémios literários
Haruki Murakami	Japão	3	x		x		1979	Escritor/Tradutor
Hélia Correia	Portugal	1; 2; 3; 4	x		x		1981	Prémios literários
Hilary Mantel	Inglaterra	3	x		x		1985	Prémios literários
James Fenton	Inglaterra	2	x		x		1968	Prémios literários
João Gambino	Portugal	3		x		x	s/d	Cinema/Vídeo/Fotografia
João Pina	Portugal	2	x			x	2007	Fotografia / Prémios Não vive em Portugal
Jorge de Sena	Portugal	2	x		x		1942	Prémios literários
José Eduardo Agualusa	Angola	2; 4	x		x		1989	Prémios literários
José Gardezabal	Portugal	2		x	x		2015	Prémio literário
José Tolentino Mendonça	Portugal	4	x		x		1990	Prémios literários
Kazuo Ishiguro	Japão	2	x		x		1982	Prémio literário
Lídia Jorge	Portugal	4	x		x		1980	Prémios literários
Lina Wolff	Suécia	3		x	x		2009	Prémio literário
Luís Carlos Patraquim	Moçambique	4	x		x		1980	Prémio literário
Luísa Costa Gomes	Portugal	2	x		x		1982	Prémios literários
Luísa Ferreira	Portugal	3	x			x	1989	Fotógrafa
Mário de Carvalho	Portugal	3	x		x		1981	Prémios literários
Martha Gellhorn	EUA	2	x		x		1934	Escritora/Jornalista
Martin Kimani	Quénia	4	x		x		s/d	Estudioso da guerra e do genocídio
Mia Couto	Moçambique	4	x		x		1983	Prémios literários
Miguel Esteves Cardoso	Portugal	2	x		x		1982	Escritor/Jornalista
Nadine Gordimer	África do Sul	4	x		x		1949	Prémio Nobel
Orhan Pamuk	Turquia	1	x		x		1991	Prémio Nobel
Paul Theroux	EUA	3	x		x		1967	Prémios literários
Rachel Cusk	Canadá	1	x		x		1993	Prémios literários
Raquel Ribeiro	Portugal	2		x	x		2002	Jornalista/Escritora
Ricardo Dias Felner	Moçambique	1		x	x		2006	Jornalista/Prémio Nacionalidade Portuguesa
Rui Cardoso Martins	Portugal	1		x	x		1996	Jornalista/Argumentista Prémio jornalismo

Ruy Belo	Portugal	3	x		x		1961	Escritor/Poeta
Ruy Duarte de Carvalho	Angola	4	x		x		1976	Escritor/Cineasta Prémio literário
Ryszard Kapuściński	Polónia	1	x		x		1960	Jornalista/Escritor
Sandro William Junqueira	Rodésia (atual Zimbábue)	4		x	x	x	2009	Escritor/Designer Vive em Portugal desde 1976
Salman Rushdie	Índia	2	x		x		1975	Prémio Booker
Saul Bellow	Canadá	1	x		x		1944	Prémio Nobel
Siri Hustvedt	EUA	3	x		x		1992	Escritora
Simon Gray	Inglaterra	1	x		x		1963	Escritor premiado Argumentista
Sousa Jamba	Angola	2	x		x		1990	Jornalista/Escritor
Susana Moreira Marques	Portugal	3		x	x		2013	Jornalista/Escritora Prémio jornalismo
Taiye Selasi	Inglaterra	4		x	x	x	2011	Escritora/Fotógrafa
Teju Cole	Nigéria	4		x	x		2007	Escritor/Fotógrafo Prémios literários
Teresa Veiga	Portugal	3	x		x		1980	Prémios literários
Tiago Rodrigues	Portugal	3		x	x		2006	Ator/Dramaturgo Produtor/Encenador
Valério Romão	França	1; 3		x	x		2012	Nacionalidade Portuguesa
Valter Hugo Mãe	Angola	1	x		x		1996	Prémios literários Nacionalidade Portuguesa
Vera Tavares	Portugal	1	x			x	s/d	Ilustradora premiada Mais de 200 capas de livros para a Tinta-da-China

**Quadro 3 - Lista dos autores que publicaram trabalhos nos números 1, 2, 3 e 4 da *Granta Portugal* e identificação dos *Novos Autores* de texto e de imagem, de nacionalidade portuguesa ou estrangeira, que residem/residiram ou que exercem/exerceram atividade profissional em Portugal**

Fonte: Recolha documental do presente trabalho

### 3.3. Nota biográfica sobre os 10 *Novos Autores* entrevistados

#### Afonso Cruz (Figueira da Foz, 1971)

Frequentou a Escola António Arroio, a Faculdade de Belas-Artes de Lisboa e o Instituto Superior de Artes Plásticas da Madeira. Em 2008, publicou o seu primeiro romance, *A Carne de Deus — Aventuras de Conrado Fortes e Lola Benites*, ao qual se seguiria, em 2009, *Enciclopédia da Estória Universal*, galardoado com o Grande Prémio de Conto Camilo Castelo Branco. Em 2011, publicou *Os Livros Que Devoraram o Meu Pai* (Caminho, Prémio Literário Maria Rosa Colaço) e *A Contradição Humana* (Caminho, prémio Autores SPA/RTP). Em 2012, foi o autor português distinguido com o Prémio da União Europeia para a Literatura pelo livro *A Boneca de Kokoschka* (Quetzal, 2010). *Jesus Cristo Bebia Cerveja* (Alfaguara, 2012) foi considerado o Livro Português do Ano pela revista *Time Out Lisboa* e o Melhor Livro do Ano segundo os leitores do jornal *Público*. Foi eleito, pelo jornal *Expresso*, como um dos 40 talentos que vão dar que falar no futuro. Só em 2013, Afonso Cruz publicou *Enciclopédia da Estória Universal — Arquivos de Dresner, O Livro do Ano, O Cultivo de Flores de Plástico e Para onde Vão os Guarda-chuvas* (vencedor do Prémio Autores para Melhor Livro de Ficção Narrativa), todos

publicados pela Alfaguara. *Assim, Mas Sem Ser Assim*, livro infanto-juvenil ilustrado, foi também publicado em 2013, pela Caminho. Afonso Cruz foi o vencedor do Prémio Nacional de Ilustração 2014 pela obra *Capital* (Pato Lógico, 2014). Assina, desde fevereiro de 2013, uma crónica mensal no *Jornal de Letras, Artes e Ideias* sob o título «Paralaxe». Além de escrever, é ilustrador, realizador de filmes de animação e membro da banda The Soaked Lamb. Os direitos dos seus livros já foram vendidos para: Brasil, Bulgária, Canadá, Colômbia, Croácia, Eslováquia, Espanha, França, Hungria, Itália, Macedónia, Polónia, Sérvia, República Checa, Turquia.

Fonte citada: BOOKOFFICE – A agência de serviços para autores

### **Alex Gozblau** (Perugia, Itália, 1971)

Nascido em Itália mas radicado em Portugal, tem desenvolvido um trabalho diversificado no âmbito da ilustração. Assim, para além do seu trabalho em ilustração de livros para os mais novos e para os principais títulos da imprensa periódica do nosso país, tem assinado diversos projetos no domínio da pintura, do *design* gráfico para diferentes editoras, do cinema de animação (incluindo argumento), da BD, da publicidade. Tem ainda vindo a explorar outras áreas como as do teatro, da banda sonora e da rádio. Realizou já várias exposições individuais e o seu trabalho foi distinguido pelo Clube de Criativos de Portugal e pela Society for News Design (EUA) e pela Society for News Design (Ibéria). Em 2009 foi-lhe atribuído o Prémio Stuart de Carvalhais de Desenho de Imprensa patrocinado pela Casa da Imprensa e pelo El Corte Inglés.

Fonte editada: DGLAB, Centro de Documentação de Autores Portugueses (08/2010)

### **João Gambino** (Portugal, 1985)

Licenciou-se em Cinema Vídeo e Multimédia na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (2004-2008) e enquanto profissional *freelancer* participou em diversos filmes como diretor de fotografia.

Fonte editada: Entrevista/questionário do presente trabalho e página do LinkedIn

### **Raquel Ribeiro** (Porto, 1980)

Formou-se em Ciências da Comunicação na FCSH da Universidade Nova, em Lisboa. Começou no jornal *Público* em 2001, como estagiária, e acabou por ficar à frente das Coleções «Mil Folhas», etc. Trabalhou sobretudo na secção de Cultura. Doutorou-se em Literatura Comparada no Reino Unido. Entrelaçou o jornalismo e a academia entre 2009 e 2014, até que a vida como *freelancer* não lhe permitiu mais viver em Portugal. Deu aulas de literatura brasileira em Oxford e agora é professora de literatura e cultura de língua portuguesa em Edimburgo. Publicou dois romances, separados por mais de 10 anos. Está a contar até 10 para publicar o próximo.

Fonte editada: Nota biográfica cedida pela entrevistada

### **Ricardo Dias Felner** (Maputo, Moçambique, 1976)

Licenciado em Jornalismo pela Faculdade de Letras de Coimbra, trabalhou no jornal *Público* de 1998 a 2009, ano em que passou a trabalhar na revista *Sábado*. Jornalista largamente premiado, estreou-se na literatura em 2011 com o romance *Herói no Vermelho*.

Fonte citada: DGLAB, Centro de Documentação de Autores Portugueses (10/2011)

### **Rui Cardoso Martins** (Portalegre, 1967)

Escreveu os romances *E Se Eu Gostasse Muito de Morrer* (2006), *Deixem Passar o Homem Invisível* (Grande Prémio APE, 2009), *Se Fosse Fácil Era Para os Outros* (2012) e *O Osso da Borboleta* (2014). Repórter e cronista na fundação do jornal *Público*, com dois prémios Gazeta por *Levante-se o Réu* (Tinta-da-China, 2015 e 2016). Fundador de Produções Fictícias, é coautor e criador, entre outros programas e séries de comédia e drama, de *Contra-Informação*, *Herman Enciclopédia* e *Conversa da Treta*. No cinema escreveu os argumentos de *Zona J* e do último filme de Fernando Lopes, *Em Câmara Lenta*. Escreveu, entre outras, a peça *António e Maria*, com base na obra de António Lobo Antunes. Tem contos em diversas publicações nacionais e internacionais.

Fonte editada: Nota biográfica cedida pelo entrevistado

### **Sandro William Junqueira** (Umtali, Rodésia [hoje Zimbábue], 1974)

Escritor, encenador, ator e *diseur*. Veio para Portugal em 1976, tendo-se instalado em Portimão em 1986. *Designer* gráfico de formação, passou pela música, a escultura e a pintura. Em 1999, juntamente com Paulo Quaresma, fundou o grupo de teatro A Gaveta trabalhando como responsável artístico, encenador e ator. Desde 2002 publica com regularidade poesia e contos em revistas e fanzines. Leciona expressão dramática e é autor de inúmeros projetos de promoção do livro e da leitura. É um dos 11 escritores da novela policial *O Caso do Cadáver Esquisito* publicado pela Associação Cultural Prado em 2011.

Fonte editada: DGLAB, Centro de Documentação de Autores Portugueses (04/2013)

### **Susana Moreira Marques** (Porto, 1976)

É escritora e jornalista *freelancer*. É autora do livro *Agora e na Hora da Nossa Morte*, publicado pela editora Tinta-da-China em Portugal, e lançado em inglês pela editora And Other Stories, numa tradução de Júlia Sanches. Escreve para jornais e revistas desde 2004 e atualmente colabora com o *Público* e com o *Jornal de Negócios*. Entre 2005 e 2010 viveu em Londres, onde foi correspondente do *Público* e trabalhou na BBC World Service. O seu trabalho recebeu diversos prémios de jornalismo, de entre os quais se destacam, em 2012, o Prémio AMI – Jornalismo Contra a Indiferença e o Prémio Direitos Humanos e Integração, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e o Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

Fonte editada: Susana Moreira Marques, Página de Facebook

### **Tiago Rodrigues** (Amadora, 1977)

É ator, encenador e dramaturgo. Dirigiu a companhia Mundo Perfeito durante 12 anos. É atualmente diretor artístico do Teatro Nacional D. Maria II.

Fonte editada: Nota biográfica cedida pelo entrevistado

### **Valério Romão** (França, 1974)

Licenciado em Filosofia pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade Nova de Lisboa, é autor de peças de teatro, traduções e projetos multidisciplinares. Por três vezes selecionado no concurso nacional Jovens Criadores (2000, 2001, 2002), duas em prosa, uma em poesia, foi em 2001 selecionado para representar Portugal na Bienal de Jovens Criadores na área da literatura. O seu conto «À medida que fomos recuperando a mãe», publicado no primeiro número da *Granta Portugal*, lançado em maio de 2013, está disponível gratuitamente na *Granta online* de língua inglesa com o título «How we got mother back» e será adaptado ao cinema pelo ator e realizador Gonçalo Waddington.

Fonte editada: DGLAB, Centro de Documentação de Autores Portugueses (02/2014)

## **3.4. Análise: verificação das proposições provisórias enunciadas como hipóteses de resposta às questões de partida**

### **3.4.1. Resultados obtidos em função da questão de partida (1)**

Que motivações conduziram uma editora portuguesa, de estrutura independente, a publicar – em 2013 – uma revista literária?

**Hipóteses:** **(1a)** Diversificar e alargar a oferta editorial. **(1b)** Fidelizar leitores. **(1c)** Captar leitores. **(1d)** Gerir um projeto periódico. **(1e)** Intervir no fenómeno económico das indústrias criativas. **(1f)** Fomentar a cultura literária. **(1g)** Contrariar as políticas editoriais.

Através das entrevistas qualitativas *semidiretivas* foi possível averiguar que a editora Tinta-da-China, apesar de, outrora, ter ponderado editar uma revista literária, não o fez até 2013 por apreensão, mas também porque não era algo que Bárbara Bulhosa, a sua diretora, «achasse que faltava ao catálogo da Tinta-da-China». [entrevista à diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

À partida é muito arriscado fazer uma revista em que o que está em causa é a literatura, e portanto, a mim interessava-me mas sempre tive muito medo que não tivesse público. O que acabou por não acontecer, mas era o mais natural que acontecesse. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Sobre o «risco», Carlos Vaz Marques considera que «foi o elemento que desencadeou o interesse» dos média e do público-leitor pela edição de uma nova revista literária:

Aquela «mensagem» de, em contraciclo, arriscar... (numa altura em que estamos em crise) re-

sulta. «Ahh... estes tipos estão a fazer uma coisa... Quando está tudo deprimido e andam todos a falar da crise... Ainda é possível fazer alguma coisa...» [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Mas acrescenta:

Há um risco grande... Estando a revista no mercado, se não houver quem a compre... não subsiste. O risco maior é esse. Mas neste momento temos uma boa rede de segurança, que são os [...] assinantes, e portanto, à partida, está mais ou menos paga a edição. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Bárbara Bulhosa relembra situações que comprovam o interesse do público e Carlos Vaz Marques refere a importância que tem haver um contacto próximo com «os leitores competentes e concretos»:

[...] houve casos de pessoas que não faziam a mínima ideia do que era a *Granta* mas queriam a *Granta* [risos]. Telefonavam, apareciam aqui... e eu percebia claramente que, «aquela pessoa» não fazia ideia do que era a *Granta*. Só sabiam que tinha saído uma nova revista... [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

O mercado são pessoas! Não é? Ou seja, o mercado não é uma coisa abstrata. Nós, pelo menos, não o encaramos assim. Por isso é que temos uma página no Facebook e respondemos diretamente às pessoas. Porque a ideia do mercado em abstrato é uma ideia do *marketing* que tem razões da psicologia social – razões que se entendem, porque de facto há uma massificação e as organizações tendem a «olhar para o bolo em *grosso modo*» –, mas aquilo que me dá prazer e é uma das marcas que distingue a Tinta-da-China, é o desejo de trabalhar com pessoas concretas e de receber respostas de pessoas concretas. Eu gosto de saber que «aquele tipo» «gostou», e que «aquela» pessoa «gostou mais deste texto do que daquele»... E isso para mim é o mais valioso. O meu objetivo não é propriamente trabalhar para trazer... «Ah! Um milhão de pessoas!» [...] Claro que se for um milhão, eu sei que são um milhão de indivíduos. Nunca confundo isso com uma massa anónima e amorfa. Interessa-me muito a reação e a aproximação a cada leitor. Mas também me interessa que a revista tenha um número de leitores suficiente para poder vingar e afirmar-se. Mas entre o ter um número suficiente de leitores para poder existir e ter uma massa amorfa... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Verificou-se também que os livreiros potenciaram a atenção dos leitores, como refere o diretor da revista:

Como a primeira correu bem, nós temos a sorte de os livreiros estarem a destacá-la. É muito importante. Este jogo de exposição é onde muitas vezes se ganha mais ou menos capacidade de sobrevivência. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Mas não me iludo em relação ao facto de o n.º 1 ser aceite. O n.º 1 tem sempre uma procura maior que qualquer outro seguinte. Por isso, há que distinguir aquilo que é o mérito da própria revista e aquilo que é o facto de ser uma novidade. Se o nosso patamar médio fosse metade daquilo que fizemos no n.º 1 – que foram 7000 exemplares –, era excelente. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Essa visibilidade é, naturalmente, essencial para a editora do ponto de vista comercial. Tanto que, a partir do n.º 2, a Tinta-da-China adicionou ao tipo de registo ISSN o ISBN, como esclarece Carlos Vaz Marques:

O ISSN é para periódicos e o ISBN é para livros. Alterou-se porque, por exemplo, o n.º 1 não apareceu no *top* da Fnac por não ser considerado livro (teve vendas para tal). Por outro lado, porque para ser um periódico (ISSN) não cumpria uma série de requisitos da autoridade da comunicação social. Aqui a questão tem também a ver com determinadas condições entre ser livro e ser periódico. Agora a n.º 2 já será tratada como livro. E já poderá estar no *top* da Fnac... Que é algo que tem valor... Até comercial. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

No que diz respeito às hipóteses ponderadas como motivadoras para editar uma revista literária (nesta etapa, assume-se ser a edição da *Granta*), nomeadamente, «fidelizar leitores» e/ou «captar leitores», através de Bárbara Bulhosa foi possível confirmar essa perceção:

A Tinta-da-China edita livros para quem gosta de ler, para quem gosta de livros e a *Granta* encaixa-se completamente nesse público. O público da *Granta* é o público da Tinta-da-China. É natural que através da *Granta* a Tinta-da-China tenha ganho novos leitores. É natural que a *Granta* tenha despertado mais atenção por ser dirigida pelo Carlos Vaz Marques, que tem uma carreira de décadas a trabalhar em jornalismo cultural, nomeadamente com livros, inclusive a marca Tinta-da-China. Parece-me que estas componentes aliadas transmitiram ao público que o projeto tinha qualidade. Daí termos tido 300 assinantes antes de sair o primeiro número – antes de saberem o que ia acontecer. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Porém, e voltando àquilo que se deduz como sendo o cerne da questão, a ideia de publicar uma revista literária apenas se consumou por ter surgido a possibilidade de ser editada a *Granta* em Portugal. Como referiu a diretora da Tinta-da-China [entrevista a Bárbara Bulhosa, realizada a 04-10-2016]:

[...] não queríamos fazer uma revista literária *per se*.

O que aconteceu é que conhecíamos a *Granta*, eu gostava muito do projeto, sabia que estava a expandir-se (*Granta Itália*, *Granta Japão*, *Granta China*, *Granta Brasil*, etc.) e achei que teríamos público para fazer uma revista literária, mas dentro da *Granta*.

Carlos Vaz Marques relata como tudo se «desenrolou [...] à velocidade da luz»:

Isto tem uma história engraçada, porque a Bárbara Bulhosa desafiava-me há muito tempo para fazermos uma revista. E eu achava a ideia louca... Mas, há três ou quatro anos fui ao Brasil e vi lá a *Granta* brasileira. Voltei todo entusiasmado (não sabia que havia «*Grantas*» nos outros países...) e disse-lhe: «Nós devíamos era fazer a *Granta!*» Porque percebi que tinham a possibilidade de ir buscar textos à *Granta* original e de fazer aquele *mix* de *Granta* «local» com *Granta* «original». A ideia era gira... Mas o assunto ficou por ali. Até que, há cerca de dois anos (em 2012), a Bárbara foi à FLIP (Festa Literária Internacional de Paraty) e estava lá o John Freeman no lançamento da edição dos «20 Melhores Autores Brasileiros». A Bárbara Bulhosa reconheceu-o, apresentou-se e deu-lhe o catálogo da Tinta-da-China – que foi logo elogiado (também porque já conhecia muitos dos títulos) – e disse-lhe que já tinha pensado editar a *Granta* em Portugal. Ao que o John Freeman respondeu: «Nós também gostávamos. Estamos a expandir... Porque não?» A Bárbara regressa e liga-me a dizer: «Não vais acreditar! Vamos fazer a *Granta!*» E a partir daí a ideia concretizou-se. Foi trabalho... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Considera-se que, no geral, as hipóteses colocadas foram confirmadas pelos informadores – umas com mais peso do que outras. Contudo, deduz-se que o fator impulsionador do projeto que deve ser sublinhado foi ter surgido a possibilidade de franquiar a revista literária *Granta*. Caso contrário pensa-se que, pela gestão estratégica cautelosa de Bárbara Bulhosa, não teria sido editada pela Tinta-da-China qualquer outra revista literária, em meados de 2013.

[...] é muito complicado sobreviver com todas estas características, porque nós vivemos só dos livros que vendemos. Não tenho nenhum sócio capitalista, e portanto, essa parte é complicada e tenho que usar muito do meu tempo para fazer a gestão mais rigorosa possível para não escorregarmos. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

### 3.4.2. Resultados obtidos em função da questão de partida (2)

Que razões justificam a opção pela exploração de um «produto literário» através de um contrato de franquia, em vez da edição de um modelo periódico original?

**Hipóteses:** (2a) Haver uma estrutura original segura. (2b) Ser um produto prestigiado e reconhecido internacionalmente. (2c) Facilitar a aceitação do público-leitor. (2d) Poder haver uma permuta de referências de autores e de obras publicadas entre as editoras.

Segundo o responsável pelo plano editorial da *Granta Portugal*, existem duas razões para a Tinta-da-China ter optado por franquiar esta revista literária ao invés de desenvolver um periódico original:

[...] a primeira é a rede de segurança que a *Granta* nos oferecia, porque à partida tínhamos textos extraordinários de um baú que em Portugal nunca tinha sido publicado, e que, na minha

opinião, aqueles textos que nós temos publicado e nunca tinham tido tradução portuguesa merecem ser lidos pelos leitores portugueses. E isso era uma garantia de segurança... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

O outro é haver uma estrutura, digamos... um formato que já deu provas, e que portanto... tinha o valor acrescentado de ser uma garantia para as pessoas que sabem o que é a *Granta* inglesa. Se eu lhe chamasse outra coisa qualquer, em português, não oferecia à partida essa garantia... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

A mesma ideia é reforçada pelas palavras de Bárbara Bulhosa:

A grande diferença é que, para além de a *Granta* ter mais de cem anos, tem um espólio de todos esses autores que publicaram na *Granta* inglesa, e no nosso contrato, metade dos textos são de autores portugueses que nós convidamos, e a outra metade são textos que nós escolhemos e que saíram na *Granta*. Há essa grande vantagem. Temos acesso aos textos. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Bárbara Bulhosa, no entanto, assinala existirem ainda algumas lacunas nesta intenção de intercâmbio cultural, proporcionada pela expansão em rede da *Granta*, designadamente:

Penso que faltam algumas coisas. Uma delas seria conseguirmos que os textos que saem, por exemplo, na Suécia, no Japão, em Itália... (a *Granta* está em 12 países) fossem todos traduzidos para inglês de forma que nós pudéssemos lê-los e pudéssemos fazer mais esse intercâmbio entre novos escritores – os que os outros editores também estão a descobrir. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

E exemplifica:

Já publicámos um texto de Israel porque a *Granta* israelita traduziu todos os seus textos para inglês. Que é uma coisa que nós não temos condições para fazer. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

[...] a Tinta-da-China está a fazer tradução só para dois ou três textos, que acha mesmo muito bons e que acha que podem ter interesse lá fora. A *Granta* de Israel também está a fazer o mesmo com os textos que publica. Estivemos reunidos com a proprietária da *Granta*, Sigrid Rausing, e a ideia é pedir-se apoio ao Instituto Britânico para traduzir os textos que estivessem a ser publicados com a marca *Granta* nos outros países para depois mais facilmente poder haver intercâmbio. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Ainda sobre as vantagens que existem com a tradução dos textos, Carlos Vaz Marques acrescenta:

Quando o texto chega à língua inglesa tem uma plataforma muito maior e torna-se mais suscetível de vir a ser traduzido e publicado noutras *Grantas* do que estando em português. Há um editor (leitor) de língua portuguesa na *Granta* inglesa, que tem acesso à revista até antes de a publicarmos cá e, uma vez por outra, sugere que «aquele texto» possa ser traduzido para inglês. É um contacto importante na relação com a *Granta* inglesa. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Confirmaram-se todas as proposições provisórias enunciadas para a segunda questão de partida. Em suma: há uma estrutura original segura; a *Granta* é um produto prestigiado e reconhecido internacionalmente, o que facilita a aceitação por parte do público-leitor; e há a possibilidade de se estabelecer uma permuta de trabalhos entre as editoras que publicam a revista literária *Granta*.

### 3.4.3. Resultados obtidos em função da questão de partida (3)

Que efeitos a edição da *Granta Portugal* tem para a Tinta-da-China, em relação ao vínculo entre a editora e os *Novos Autores*?

**Hipóteses:** **(3a)** Apoiar *Novos Autores*. **(3b)** Reforçar o catálogo. **(3c)** Ter os direitos sobre obras dos *Novos Autores* publicadas na *Granta Portugal*. **(3d)** Convidar alguns dos *Novos Autores* a participar em mais do que um número da *Granta Portugal*. **(3e)** Contratar alguns dos *Novos Autores* para outros projetos.

As entrevistas *semidiretivas* possibilitaram confirmar e infirmar as hipóteses ponderadas. Verifica-se que a intenção de apoiar *Novos Autores* é a resposta mais sólida. Para Carlos Vaz Marques, os objetivos do projeto editorial consistem em:

[...] manter, por um lado, a qualidade dos textos que publicamos e, na medida do possível, irmos encontrando e dando a conhecer *Novos Autores*. [...] E em cada número, se pudermos ajudar – seguindo o tal princípio do «Cavalo de Troia» –, dar visibilidade a autores em quem apostamos... Um objetivo passa por aí, o outro passa por manter o tal patamar de qualidade. [...] o desafio é conseguirmos encontrar autores, convidando-os, desafiando-os, pedindo-lhes textos... E depois no trabalho de edição tem havido conversa com os autores, porque também há textos que não servem... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Importa abrir um parêntese para se compreender o procedimento estabelecido no contacto com os autores. Tanto os consagrados como os *Novos Autores* são convidados a escrever ou a representar (através da fotografia/ilustração) um tema sugerido pelo diretor da *Granta Portugal*, cuja escolha criteriosa passa «pelo reconhecimento de que esse autor tem qualidade».

Contudo, admite:

Também já me enganei! Convidei e depois tive de recusar o texto... Não foi publicado. E nou-  
tros casos, convido... por este ou aquele autor se ajustar mais ao tema... por qualquer razão. Mas  
há aqui um elemento de gosto que é incontornável... Não é o critério único para convidar um  
autor... Mas não convido um autor que, do ponto de vista literário, para mim não tenha interes-  
se. Há uma avaliação. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada  
a 21-10-2013]

Em relação aos *Novos Autores*, no arranque da *Granta Portugal* (2013), Carlos Vaz Marques  
adiantou em que é que diverge a seleção, comparativamente com os nomes consagrados:

Nesses casos pode não funcionar como convite. Estou a receber imensas coisas... E se identifico  
qualidade (mesmo não conhecendo), publico. Como já aconteceu. Mas a maior parte das coisas  
que recebo não são boas... Ou, não acho que sejam boas! [risos] Mas sou eu que estou nesta po-  
sição... Se fosse outro, o critério variava... Não escondo que há aqui um aspeto de gosto pesso-  
al. E sou o mais frontal possível nessa matéria, para ser o mais honesto possível. Ou seja, há  
aqui uma componente que tem a ver com o facto de valorizar mais um texto do que outro, por  
uma questão de gosto. [entrevista ao diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Em 2016, Carlos Vaz Marques confirma o interesse que os autores anónimos têm em ter os  
seus trabalhos publicados na *Granta*, porém, reconhece que os textos que tem publicado nes-  
tes termos são exceções e não regras:

Não temos ido muito por aí – por publicar textos que nos chegam – porque a maior parte, infe-  
lizmente, não me parecem ter qualidade suficiente para serem publicados. E optamos por con-  
vidar autores, individualmente, a escreverem. Mas já aconteceu casos em que o texto tem qua-  
lidade, mas muitas vezes está tão longe do tema (cada número tem um tema) que é impossível  
enquadrá-lo na revista. Aconteceram algumas publicações de textos que me foram propostos,  
mas não é essa a regra e não vai ser – continuará a ser a exceção. [entrevista a Carlos Vaz Mar-  
ques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

O diretor da revista nomeia dois casos que são a exceção, que têm os seus trabalhos publica-  
dos na *Granta Portugal* por iniciativa dos próprios:

Logo no primeiro número, o texto do Ricardo Dias Felner foi ele que o propôs. O José Gardea-  
zabal também propôs o texto e foi uma estreia (nunca tinha publicado) e logo depois disso re-  
cebeu o Prémio Vasco Graça Moura (da Imprensa Nacional-Casa da Moeda) e fiquei muito  
contente, claro. E pensei: «Não foi só o meu julgamento que foi assertivo.» É capaz de haver  
mais, mas em todo o caso são exceções, não são regra. [entrevista a Carlos Vaz Marques, dire-  
tor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

A diretora da Tinta-da-China partilha da mesma opinião de Carlos Vaz Marques relativamen-

te aos textos que vários autores têm enviado para a editora com a intenção de os verem publicados na *Granta Portugal*. E como pode ler-se infra, uma das justificações pela qual a maioria é recusada prende-se com o facto de o conceito da revista<sup>86</sup> ser mal compreendido:

Penso que, à partida, todos os autores, dos mais prestigiados aos desconhecidos, todos gostam de publicar na *Granta*. Recebemos vários textos e já publicámos trabalhos de pessoas que não conhecíamos. Mas a maior parte dos textos que nos chegam de autores completamente anónimos não são bons. Há pessoas que não percebem o que é a *Granta* e enviam-nos textos que nunca poderiam encaixar no conceito da revista. Porque há um conceito dentro da *Granta* – é uma revista que, para além de ter reportagem, os textos são muito a partir do «eu». Ou seja, são textos em que os autores (mesmo grandes romancistas) podem alargar aquilo que fazem com os romances ou com os contos. E não há muito espaço em Portugal para este tipo de textos. «Eu tenho um texto mais pessoal, sobre um determinado tema, com cerca de 20 páginas. O que é que se faz com esse texto?» A *Granta* confere essa oportunidade. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Quando interrogados sobre o rumo dos *Novos Autores* após terem publicado na *Granta Portugal*, há um nome que merece destaque. Bárbara Bulhosa confirma que:

[...] o caso que acho mais simbólico é o do Valério Romão. O Valério porque publicou dois textos na *Granta*, o primeiro na *Granta* n.º 1 e o segundo na *Granta* n.º 3, e em seguida foi publicado na *Granta* inglesa e depois na *Granta Suécia*. E também porque, apesar de anteriormente ter um romance editado, pós-*Granta* fez um livro de contos, que abarcou estes dois textos. Eu penso que a *Granta* foi importante para o Valério Romão ser reconhecido, para ser muito mais lido. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Sobre a possibilidade de trabalhar noutros projetos com autores que publicaram na *Granta* portuguesa, Bárbara Bulhosa adianta:

Alguns dos autores da Tinta-da-China estão nesses quatro números. Estou a lembrar-me da Alexandra Lucas Coelho, da Dulce Maria Cardoso, do Daniel Blaufuks – que já era autor da casa. O Valério Romão poderia ter sido um autor que convidássemos para a Tinta-da-China, mas ele estava bem na editora dele e nem sequer lhe fiz essa proposta. Mas poderia ter sido um autor que, se não tivesse editora, se não tivesse editado antes, poderia agora estar na Tinta-da-China. E seria um autor que eu teria descoberto através da *Granta*, porque não conhecia o Valério Romão, e quando li aquele primeiro texto pensei «está aqui um grande autor!». [entrevista à diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Penso que os autores mais importantes da literatura portuguesa, neste momento, já estão na *Granta*. A Hélia Correia, o Mário de Carvalho, a Sandra Moreira Marques – que é uma *Nova Autora*. Penso que já convidámos os *Novos Autores* portugueses que poderão vir a fazer gran-

---

<sup>86</sup> Sugere-se a releitura da introdução do tópico «3.1.2. O produto: *Granta Portugal*».

des carreiras. Também não quero estar a fazer esta generalização, mas à partida esses nomes já estão na *Granta*. Mas esse critério é todo do Carlos Vaz Marques, não é meu. [entrevista à diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

[O Carlos Vaz Marques] escolhe as pessoas a quem propõe os textos portugueses. Claro que conversa sempre comigo mas a decisão é dele, e a escolha dos textos estrangeiros, que se enquadram no tema, também. [entrevista à diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

O meu papel é discutir com o Carlos Vaz Marques os temas, os nomes dos autores convidados, as dúvidas que surgem sobre os textos – leio-os e dou a minha opinião – e angariar outros autores... Às vezes também sou eu que convido pessoas para escreverem para a *Granta*, porque as descubro, nomeadamente no Brasil, onde passo algum tempo. Já publicámos dois autores nestes termos e um deles vai ser uma estreia já no próximo número. [entrevista à diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Carlos Vaz Marques também evoca o nome de Valério Romão, de quem a referência que tinha antes de o convidar a escrever para a *Granta* era o seu único romance publicado:

O Valério Romão, que foi publicado duas vezes na *Granta* e vai agora publicar no n.º 8, também era um autor mais ou menos desconhecido – tinha publicado um romance –, e suponho que ele admitirá que a *Granta* lhe deu também alguma visibilidade. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Gostei bastante do romance e foi uma aposta que fiz num nome «não-consagrado», num autor novo, e é um facto que ele vingou e hoje é um autor já bastante respeitado e reconhecido. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Disse o nome do Valério mas podia ter dito outros. Alguns que são só conhecidos em pequenos círculos literários e que depois espero que passem a ser reconhecidos por mais leitores. Outros que são nomes com obra reconhecida, mas sempre num universo restrito, e a ideia do «Cavalo de Troia» é uma ideia de contaminação. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Contudo, há um nome que Bárbara Bulhosa salienta como hipótese de ser o *Novo Autor* português que mais se tenha destacado nos últimos três anos (desde o início do projeto *Granta*):

[...] o Paulo Varela Gomes... Já o publicava, mas aquele texto que publicou na *Granta* n.º 5 («FALHAR MELHOR»), «Morrer é mais difícil do que parece», foi muitíssimo lido, foi pirateado, muito mais até do que qualquer um dos outros seus romances. E é um texto que, para além disso, foi muito traduzido. Portanto, acho que também é um caso de exemplo. [entrevista a

Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]<sup>87</sup>

Os responsáveis pelo projeto participaram a sua perspectiva analítica, mas, relativamente à crítica, ambos demonstram lamento por ter havido pouca partilha de opiniões, em particular, sobre os textos e os *Novos Autores*. Ou seja, a edição da *Granta Portugal* tem sido apenas noticiada.

A crítica... Aquilo que saiu até agora foi bom. Acho que não houve uma tensão crítica. Houve mais interesse pelas entrevistas genéricas sobre uma revista que ia sair... Mais do que propriamente uma crítica literária. Têm saído notícias alargadas que não são críticas. Eu até gostava que tivesse havido um olhar para os textos em concreto... De resto tem sido positivo. Estou satisfeito. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

[...] acontece uma coisa engraçada... Quando sai a *Granta* as pessoas dizem coisas como «Já chegou a minha *Granta!*», veem-se pessoas pela zona do Chiado com a *Granta* na mão, mas, curiosamente, não há – mesmo no Facebook – muito *feedback* dos textos em si. Ou seja, haverá para os autores. Sei que a Dulce Maria Cardoso recebeu uma série de *e-mails* e mensagens por causa do primeiro texto que publicou na *Granta*. Mas publicamente as pessoas não dizem «Adorei o texto *x*» ou «Não gostei do texto *y*»... É um facto curioso e já comentei diversas vezes com o Carlos Vaz Marques: «Porque é que não acontece isso?» No Facebook, que tem 40 000 seguidores, porque é que quando sai uma *Granta* há comentários como «Estou a ler a *Granta*» ou publicações de fotografias a lerem a *Granta*, mas ninguém deixa um comentário a dizer, por exemplo, «Este texto da Teresa Veiga é fantástico». O único texto que acho que teve mesmo essa repercussão foi o do Paulo Varela Gomes. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Relativamente ao «espaço» que os *Novos Autores* conquistaram na edição de livros em Portugal, o diretor da *Granta* responde com alguma reserva:

[...] penso que há autores a surgirem, mas não sei se será um número diferente daquele que existia há 10 anos. A minha perceção é a de que, genericamente, depois de um «BOOM» dos anos [19]80, em que, de repente, começaram a publicar autores que nunca tinham sido publicados, nos últimos anos tem sido mais ou menos estável o aparecimento de novas vozes. Vão aparecer sempre, porque há sempre gente com talento a querer mostrar o seu trabalho literário, mas seria preciso um estudo mais profundo para saber se há alguma tendência neste momento, em termos de afirmação de *Novos Autores*. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

---

<sup>87</sup> O autor Paulo Varela Gomes não se insere na lista de *Novos Autores* deste trabalho porque o seu texto foi publicado na *Granta Portugal* 5 e a presente análise centra-se nos quatro primeiros números. Porém, tendo em consideração o seu falecimento em 2016, optou-se por incluir a referência que Bárbara Bulhosa fez ao seu nome e trabalho.

Foi ainda possível confirmar, através da «recolha documental», que a Tinta-da-China, a partir do Facebook, tem publicado informações atualizadas sobre a atividade dos *Novos Autores*. Os seguintes exemplos encontram-se ilustrados na Figura 13 dos Anexos: anunciou a 12 de maio de 2014 uma exposição do ilustrador Alex Gozblau; a 21 de maio de 2014 divulgou que o texto de Valério Romão publicado na *Granta Portugal* 1 iria ser «incluído no próximo volume da *Granta* sueca» e que o mesmo conto estava «a ser adaptado para uma curta-metragem»; a 2 de outubro de 2014 informou que Délio Jasse era «finalista do Prémio BES Photo»; a 13 de junho de 2015 divulgou que Afonso Cruz vencera «o Prémio Nacional de Ilustração com o livro *Capital*»; a 14 de julho de 2015 partilhou a página oficial do Facebook de Alex Gozblau; a 1 de julho de 2015 noticiou que Sandro William Junqueira, juntamente com Luísa Costa Gomes e Lídia Jorge, estava «entre os cinco finalistas do Grande Prémio de Romance e Novela APE 2014»; a 21 de agosto de 2015 fez referência ao «livro de estreia de Susana Moreira Marques» que tinha sido «publicado em Inglaterra e nos Estados Unidos»; a 30 de setembro de 2015 anunciou que o autor José Gardezabal vencera a «primeira edição do Prémio de Poesia Vasco Graça Moura / INCM»; e a 21 de junho de 2016 partilhou que o autor Tiago Rodrigues fora «premiado em França pela peça *Bovary*».

Em suma, com a edição da *Granta Portugal*, verifica-se que a Tinta-da-China, essencialmente, reforçou a qualidade e a quantidade de autores do seu catálogo, bem como a sua missão de apoio a *Novos Autores*, sem, no entanto, ter-se confirmado a concretização de um vínculo contratual com os mesmos para outros projetos da editora. Não obstante, verificou-se que, em alguns casos, foram formulados novos convites para segundas e terceiras participações na revista. Contudo, na ótica da diretora da Tinta-da-China, são os nomes dos autores consagrados que sustentam a edição da *Granta* e, sobre isto, Carlos Vaz Marques relembra o propósito da revista de juntar nomes consagrados a nomes desconhecidos ou menos conhecidos:

O corpo, aquilo que dá a garantia da qualidade da *Granta*, em princípio, e mesmo que corra tudo muito mal com os autores portugueses, são os autores estrangeiros que nós escolhemos para publicar. Por exemplo, vamos ter um Nobel... Temos autores estrangeiros muito bons na *Granta* e esse equilíbrio faz-se naturalmente. Não acredito que seja pelos *Novos Autores*... [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Eu tenho autores como a Dulce Maria Cardoso, o Mário de Carvalho ou o Gonçalo M. Tavares e é óbvio que a *Granta* é um projeto em que eles participaram por prazer, e porque querem estar na revista literária e o fizeram com muito gosto, com certeza. Mas não precisavam disso para serem lidos porque já estão noutra estatuto. E aí, é mais o nome deles a valorizar a *Granta* do que a *Granta* a valorizá-los. Por isso é que tentamos ter autores mais conhecidos ao lado de autores menos conhecidos – para funcionar. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Por exemplo:

[...] a ideia do «Cavalo de Troia» é uma ideia de contaminação. Se eu tenho a Lídia Jorge e se eu tenho no mesmo número o Luís Carlos Patraquim é evidente que a Lídia Jorge é mais conhecida que o Luís Carlos Patraquim, e eu espero que haja gente que veja o nome da Lídia Jorge e tenha vontade de ler a revista, e que depois também encontre o Luís Carlos Patraquim, ou o António Cabrita... [pausa] Ou o Sousa Jamba – que é um autor angolano que teve projeção nos anos [19]90, que vive nos EUA e que desapareceu completamente e regressou com a *Granta* depois de muito tempo sem publicar. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

#### 3.4.4. Resultados obtidos em função da questão de partida (4)

Que efeitos gerais a publicação de trabalhos (de texto e de imagem) na *Granta Portugal* tem para os *Novos Autores*?

**Hipóteses:** (4a) Convite para participar em mais do que um número da *Granta Portugal*. (4b) Convite para participar na *Granta* original (ou na *Granta* de outros países). (4c) Contratação para outros projetos editoriais da Tinta-da-China. (4d) Contratação para projetos de outras editoras. (4e) Convite para participar em festivais literários. (4f) Convite para participar em entrevistas. (4g) Nomeação/Prémios. (4h) Críticas literárias nos média. (4i) *Feedback* dos leitores.

Antes da verificação das hipóteses à quarta questão de partida apresenta-se uma caracterização do grupo de 10 *Novos Autores* entrevistados. Em primeiro lugar, e como apontamento factual, refere-se que não se encontram todos no mesmo patamar da carreira. Através da nota biográfica exposta no tópico 3.1.4. deste trabalho, e das entrevistas *não-diretivas*, verifica-se que os autores Afonso Cruz e Rui Cardoso Martins têm mais experiência enquanto autores e por conseguinte apreende-se que antes da sua participação na *Granta Portugal* as suas carreiras já se encontravam em ascensão. Deduziram-se ainda os seguintes factos:

Dos 10 *Novos Autores*, 9 têm nacionalidade portuguesa, dos quais 3 por naturalização.

O intervalo da faixa etária varia entre 31 e 49, sendo a média de idade de 40,8 anos.

O género masculino prevalece com 8 elementos.

Deste grupo de 10 *Novos Autores* foi possível averiguar que 8 foram convidados a escrever/ilustrar/fotografar para a *Granta Portugal* pelo seu diretor Carlos Vaz Marques. Ricardo Dias Felner (já mencionado no tópico anterior por esta razão) e Raquel Ribeiro tomaram a iniciativa de propor os seus textos para a *Granta* 1 e 2, respetivamente:

Era leitor há alguns anos da *Granta* inglesa, e quando soube que a Tinta-da-China ia lançar uma

edição em Portugal, enviei uma mensagem por Facebook ao Carlos Vaz Marques, com um conto meu, já escrito. Não o conhecia pessoalmente, mas ele teve a generosidade de o ler e de gostar. Mais tarde, disse-me que tinha sido o único caso publicado que não fora convidado a publicar. [Ricardo Dias Felner, entrevista por *e-mail*, a 12-10-2016]

Quando soube da criação da *Granta* fiquei muito entusiasmada com a possibilidade de existirem mais oportunidades de publicação de textos «curtos» (que não romances) para escritores portugueses. Os temas dos primeiros três números foram anunciados logo no início, e sabia que o segundo volume se intitularia «PODER». Como estava/estou a trabalhar sobre Cuba, tinha acabado de regressar de um longo trabalho de campo em Cuba e tinha várias coisas «a dizer» sobre «o poder», escrevi ao Carlos Vaz Marques a propor-lhe um texto para o segundo número. Ele disse que a ideia era interessante e quando chegou a altura de «fazer os pedidos», pediu-me uma contribuição. [Raquel Ribeiro, entrevista por *e-mail*, a 06-10-2016]

Quando questionados sobre o impacto que a participação na *Granta Portugal* teve na sua atividade, a maioria confirmou que até à data não houve um *feedback* significativo, salvo para Sandro William Junqueira, Rui Cardoso Martins e Valério Romão, que testemunharam ter havido algum retorno.

Houve alguns leitores que me contactaram após a publicação do número em que participei e que chegaram aos meus livros. [Sandro William Junqueira, entrevista por *e-mail*, a 15-09-2016]

Trabalhei bastante no meu conto («Espelho da Água»), como é hábito em textos desta natureza. Entreguei e mostraram-se satisfeitos. Tive bons comentários dos leitores do primeiro número. [Rui Cardoso Martins, entrevista por *e-mail*, a 27-09-2016]

O conto com o qual participei no primeiro número foi traduzido para inglês e sueco e publicado *online* no primeiro caso e na edição física da *Granta* sueca, no segundo caso. Foi muito importante chegar a um público diversificado a que, de outra forma, porventura não chegaria. E do desafio do Carlos ainda nasceu o livro de contos *Da Família*. [Valério Romão, entrevista por *e-mail*, a 21-09-2016]

Alex Gozblau reaproveitou o seu trabalho publicado na *Granta* e fez disso uma nova oportunidade:

Provavelmente algumas pessoas que não conheciam o meu trabalho passaram a conhecê-lo. Embora trabalhe há muito anos na área da ilustração editorial, incluindo várias colaborações com suplementos culturais de jornais, julgo que o público da *Granta* é um pouco diferente ou, talvez, tem perante uma ilustração impressa na revista uma disponibilidade diferente. De resto, aquando da saída da *Granta* 3, aproveitei o conjunto de trabalhos publicados na revista para fazer uma ilustração com os mesmos. [Alex Gozblau, entrevista por *e-mail*, a 18-09-2016]

Dos 10 *Novos Autores* que publicaram nos primeiros quatro números da *Granta Portugal*, e que aceitaram participar neste estudo<sup>88</sup>, Valério Romão foi o único nome que teve o seu texto traduzido e publicado noutras *Grantas*. No entanto, o mesmo sucedeu com nomes de autores com reconhecimento. Bárbara Bulhosa e Carlos Vaz Marques fizeram essa referência:

A Alexandra Lucas Coelho foi publicada na *Granta* inglesa, o Paulo Varela Gomes foi publicado na Índia, nos EUA... [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

A Alexandra Lucas Coelho também. O Paulo Varela Gomes [1952-2016], que entretanto morreu, e o seu texto foi publicado pela *Granta* inglesa no *site*, não na edição em papel; mas foi ainda publicado por uma revista americana, também por uma nórdica. É engraçado que os nórdicos são os mais recetivos [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Não obstante, alguns dos *Novos Autores* enaltecem a oportunidade que lhes foi concedida de poderem publicar os seus trabalhos ao lado de outros de autores consagrados e poderem, assim, alcançar outro tipo de público.

Foi um privilégio participar em dois números da *Granta*, no primeiro como escritor, no segundo como ilustrador. [Afonso Cruz, entrevista por *e-mail*, a 14-10-2016]

Não teve grande impacto profissional no sentido de ter sido convidado para montes de outros projetos ou algo assim. O impacto foi grande a nível pessoal e profissional por ter conhecido e trabalhado com pessoas ultratalentosas e generosas. [João Gambino, entrevista por *e-mail*, a 02-10-2016]

A minha atividade faz-se de um conjunto de trabalhos, comportamentos e da imagem pública que se tem, coisas que nem sempre coincidem. Já tinha um romance policial publicado na Quetzal, ou seja, algumas pessoas sabiam que gostava de escrever ficção. E tinha um *blog* sobre comida. Meses depois fui convidado para ser diretor adjunto da *Time Out*. O peso de cada coisa é difícil de perceber, mas a Tinta-da-China e a *Granta* são marcas de prestígio, isso parece-me claro. [Ricardo Dias Felner, entrevista por *e-mail*, a 12-10-2016]

Geralmente, escrevo para teatro. Particpei em duas edições da *Granta*, o que permitiu que o meu trabalho fosse lido por um espectro de leitores distinto daquele que é o público de teatro. Ao mesmo tempo, estar publicado ao lado de outras autoras e outros autores que admiro e que me inspiram é um estímulo importante para a minha atividade. [Tiago Rodrigues, entrevista por *e-mail*, a 06-10-2016]

---

<sup>88</sup> Foram convidados/contactados no total 12 *Novos Autores*.

O texto que escrevi para a *Granta* é um texto autobiográfico, bastante pessoal e arriscado formalmente, por isso fiquei muito grata pela oportunidade de o ter escrito e publicado. Foi importante para mim escrevê-lo. Quanto ao impacto na minha atividade em geral, não o sei medir. Não tive muito *feedback* nem outros convites que tenham surgido a partir daí. [Susana Moreira Marques, entrevista por *e-mail*, a 03-10-2016]

Já a autora Raquel Ribeiro afirma que a sua participação na *Granta Portugal* não teve um impacto significativo na sua atividade, e partilha uma razão:

Na verdade o meu romance saiu mais ou menos na mesma altura que o segundo volume da *Granta*, e como o tema era semelhante (Cuba) creio que o impacto do trabalho na *Granta* se perdeu com o lançamento do romance. Ainda que se completassem no tema, não recebi *feedback* significativo sobre o texto publicado na revista.

O romance a que Raquel Ribeiro se refere, *Este Samba no Escuro*, foi publicado igualmente em 2013 pela Tinta-da-China. Também a autora Susana Moreira Marques teve o seu primeiro livro publicado por Bárbara Bulhosa, bem como Rui Cardoso Martins, que desde 2014 trabalhou com a Tinta-da-China na edição de quatro livros.

A Tinta-da-China editou o meu primeiro livro, *Agora e na Hora da Nossa Morte*, e espero voltar a editar com esta editora. Tenho uma relação com a editora inglesa And Other Stories, que gere os direitos mundiais do *Agora e na Hora da Nossa Morte*. [Susana Moreira Marques, entrevista por *e-mail*, a 03-10-2016]

Na altura em que escrevi o meu conto, tinha editado três romances na Dom Quixote e vários contos em revistas nacionais e internacionais. Mas havia um convite antigo, com cerca de três anos, para editar a minha ficção na Tinta-da-China, o que veio a acontecer em 2014 (aí, já editei um romance e dois livros de crónicas). [Rui Cardoso Martins, entrevista por *e-mail*, a 27-09-2016]

Os restantes *Novos Autores* confirmaram não ter vínculos com a editora Tinta-da-China, apenas «simpatia e gratidão», como declarou Ricardo Dias Felner. Sandro William Junqueira indica a Caminho como a sua editora. Afonso Cruz afirma que publica «sobretudo na Companhia das Letras e Alfaguara, mas também, apesar de o fazer com menos frequência, na Caminho», e que responde a alguns convites para publicar «em editoras independentes ou em projetos de grupo ou colaborações». Valério Romão diz sentir-se em casa na Abysmo. Tiago Rodrigues refere não ter «vínculo formal com nenhuma editora em Portugal», mas que em França é «publicado por uma editora de teatro que se chama Les Solitaires Intempestifs».

Relativamente à possibilidade de já terem beneficiado de participações em Programas de Apoio à Edição de Obras, João Gambino, Valério Romão, Raquel Ribeiro, Alex Gozblau e Ricardo Dias Felner afirmam que «Não». Sandro William Junqueira também lamenta não ter

participado em nenhum Programa e (talvez com alguma ironia) questiona a ainda existência dos mesmos. Susana Moreira Marques, que também não recebeu os apoios em causa, argumenta:

Aliás, como autora não posso beneficiar de nenhum programa, visto que não existem apoios públicos para serem dados diretamente aos escritores para produzirem as suas obras. A minha editora inglesa beneficiou de um apoio à tradução de obras portuguesas da DGLAB. [Susana Moreira Marques, entrevista por *e-mail*, a 03-10-2016]

Os autores Afonso Cruz, Rui Cardoso Martins e Tiago Rodrigues confirmam ter recebido, de alguma forma, apoios à sua atividade, designadamente:

Pessoalmente, não, mas algumas traduções de alguns dos meus livros, no estrangeiro, foram apoiadas. Ou seja, as respetivas editoras tiveram alguma ajuda para a edição. [Afonso Cruz, entrevista por *e-mail*, a 14-10-2016]

Recebi um ou outro subsídio de escrita para cinema. [Rui Cardoso Martins, entrevista por *e-mail*, a 27-09-2016]

Algumas das edições das minhas peças em França beneficiaram de apoios à edição ou tradução desse país, nomeadamente da Maison Antoine Vitez. [Tiago Rodrigues, entrevista por *e-mail*, a 06-10-2016]

No que diz respeito ao alcance geográfico da sua atividade enquanto autores, Alex Gozblau, João Gambino e Raquel Ribeiro confirmam que esta está centrada em Portugal.

Sobretudo em Portugal, apesar de como jornalista já ter publicado no estrangeiro e atualmente viver na Escócia. Desde o primeiro romance, tenho vivido entre Portugal, Cuba e o Reino Unido, mas escrevo em português, os meus livros não estão traduzidos, pelo que enquanto «autor» a minha atividade cinge-se a Portugal. [Raquel Ribeiro, entrevista por *e-mail*, a 06-10-2016]

Seis dos *Novos Autores* entrevistados mencionaram ter atividade internacional. Pela diversidade das respostas optou-se por partilhá-las na íntegra:

Também é internacional. Tenho livros publicados em vários países. [Afonso Cruz, entrevista por *e-mail*, a 14-10-2016]

Tenho livros traduzidos em húngaro, espanhol e inglês. [Rui Cardoso Martins, entrevista por *e-mail*, a 27-09-2016]

Para além de Portugal tenho livros publicados no Brasil. [Sandro William Junqueira, entrevista por *e-mail*, a 15-09-2016]

O meu primeiro livro, *Agora e na Hora da Nossa Morte*, foi traduzido para inglês e publicado no Reino Unido e nos Estados Unidos da América em 2015 (pela editora And Other Stories). Encontra-se a ser traduzido para francês e será publicado em 2016 em França, pela editora Sous-Sol. Desde a publicação em inglês, tenho sido convidada a participar em vários eventos e festivais internacionais e também a publicar textos (quer traduzidos, quer escritos por mim diretamente em inglês) em revistas e publicações de língua inglesa. [Susana Moreira Marques, entrevista por *e-mail*, a 03-10-2016]

A minha atividade enquanto autor acompanha a minha atividade de criador de teatro, que tem sido bastante internacional nos últimos anos, com apresentações em mais de 20 países. No plano da edição, devo destacar a França. [Tiago Rodrigues, entrevista por *e-mail*, a 06-10-2016]

É também internacional, uma tradução em França e duas em curso em Itália. [Valério Romão, entrevista por *e-mail*, a 21-09-2016]

Ricardo Dias Felner fez questão de esclarecer que não tem propriamente atividade enquanto autor:

Não se pode dizer que tenho uma atividade enquanto autor. Escrevi algumas coisas, voltarei a escrever no futuro, não sei com que intensidade, sei que quero e gosto e me faz feliz. Neste momento, estou empenhado totalmente na *Time Out* e não tenho espaço mental nem tempo para a ficção. [Ricardo Dias Felner, entrevista por *e-mail*, a 12-10-2016]

Define-se como «jornalista e curioso» e, apesar do «*cliché*», afirma que:

Vivo para contar, conto para viver. Apreciador e leitor de tudo o que tenha a ver com comida, da agricultura à história e ao receituário. [Ricardo Dias Felner, entrevista por *e-mail*, a 12-10-2016]

As considerações sobre os efeitos que a publicação na *Granta Portugal* tem tido para os *Novos Autores* são, no geral, subtis. Em particular, destaca-se o facto de Afonso Cruz e Valério Romão terem publicado mais do que um trabalho na *Granta Portugal* e para este último autor ter surgido a possibilidade de o seu primeiro texto ser publicado na *Granta* de outros países. Relativamente a outros projetos editoriais com a Tinta-da-China destaca-se o nome de Rui Cardoso Martins, que publicou quatro livros entre 2014 e 2016. Nenhum dos entrevistados abordou assuntos como «novos projetos», «convites para participações em Festivais Literários», «convites para entrevistas», nem mesmo a nomeação e atribuição de prémios, embora seja do conhecimento público que Afonso Cruz tem sido distinguido por diversas vezes. Relativamente a críticas literárias e *feedback* dos leitores, também não foi possível considerar essas iniciativas como consequência da edição na *Granta Portugal*.

A propósito da participação de *Novos Autores* em festivais literários, Bárbara Bulhosa é da opinião que:

Penso que a maior parte dos festivais literários em Portugal servem para promover os autores de quem organiza os festivais. Seja como agentes literários, ou como editores... e parece-me que a maioria dos festivais não funciona bem. Realmente, de repente apareceram muitos festivais, mas penso que o único que me parece relevante é o Folio. Agora também apareceu o Festival Literário de Cascais... Mas penso que o Folio tem uma capacidade, uma abrangência ao nível dos autores que são convidados. O critério não tem a ver nem com a idade nem com a editora, nem com o grupo editorial... [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

São autores. Essa curadoria é muito bem feita. Também considero o Festival da Madeira bom, já fui a algumas edições. Há o mais antigo, o Festival da Póvoa de Varzim, *Correntes d'Escritas*, que repete todos os anos 12 a 15 autores, e por isso não vejo que seja assim muito interessante para descobertas. E depois há aqueles festivais promovidos pelas Câmaras Municipais que não consigo perceber. Se calhar estão a ser muito importantes, mas não tenho ecos sobre isso. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Aquilo que mais se evidenciou neste contacto com os autores, até pela forma como se mostraram disponíveis para colaborar neste trabalho, deduz-se que seja o privilégio que sentem por terem sido convidados a participar numa revista literária com o estatuto da *Granta* e pelo apreço que têm pelo diretor da edição portuguesa e pela Tinta-da-China.

### **3.5. Discussão da problemática - questão (5)**

Com a edição da *Granta Portugal* (números 1, 2, 3 e 4), que efeitos se salientaram na estratégia editorial da Tinta-da-China e no percurso dos *Novos Autores* (de texto e de imagem)?

Para a discussão retomam-se os três conceitos do estudo: a *Granta Portugal*, a editora Tinta-da-China e os *Novos Autores*.

#### **3.5.1. Efeitos para o projeto editorial *Granta Portugal***

A diretora da editora Tinta-da-China deixa a mensagem de que o projeto «vai continuar». [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016] Por sua vez, Carlos Vaz Marques faz um balanço dos resultados obtidos:

Tanto com os quatro primeiros números como com os seguintes, estou muito satisfeito e penso que a equipa da Tinta-da-China também manifesta essa satisfação, porque os objetivos foram cumpridos. O primeiro objetivo era fazer com que a editora não falisse [risos]. À parte da brincadeira, havia aquele período-teste, que eram os quatro primeiros números, em que nós íamos testar a fiabilidade do projeto, justamente para vermos se não era demasiado grande para uma estrutura que é frágil e que não pode entrar em aventuras suicidárias. E esse período-teste foi vencido de forma tranquila, acima até das expectativas que eu tinha inicialmente – sou um cético militante e, portanto, prefiro pensar cautelosamente sem me atirar às coisas sem nenhuma base e depois confrontar-me com a impossibilidade de as continuar. Mas o que aconteceu nesses quatro primeiros números foi, e isto é um bocado prosaico, mas do ponto de vista económico o projeto mostrou viabilidade e portanto prosseguiu. Do ponto de vista editorial, à parte da questão económica, que é sempre determinante, também me parece que o projeto ganhou alguma raiz, porque os autores respondem *imediatamente na hora* e afirmativamente aos desafios para escreverem, porque acho que a projeção da revista se afirmou – vários autores que publicaram na *Granta* portuguesa acabaram por ver os seus textos publicados na *Granta* de língua inglesa e noutras *Grantas*, nomeadamente, a sueca, também a dinamarquesa – e portanto, este anel que é a *Granta* nas várias línguas acabou por acolher bem os textos de alguns autores que publicámos, e tudo isso me parece um sinal de que valeu a pena. E está a valer [...]. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

No primeiro ano do projeto, em 2013, foi possível averiguar, através do diretor da *Granta Portugal*, que a estratégia de *marketing* passou, essencialmente, por comunicar a partir do Facebook, onde foi feito, por exemplo, um repto aos potenciais leitores:

O desafio proposto aos seguidores – de nos enviarem fotografias – pegou! Estranhamente... não sei explicar. Não esperava que aquilo tivesse o efeito que teve. E esse efeito replicador – embora tenha irritado algumas pessoas [...] teve muita participação. Agora, com o n.º 2, as pessoas continuam a enviar-nos fotografias... É bom. As pessoas sentem-se ligadas. Há uma espécie de comunidade. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Já em 2015, a partir do n.º 5, confirmou-se uma mudança estratégica no sentido gráfico, e que está relacionada com a contratação de Jorge Colombo para ilustrar as futuras capas da revista *Granta* portuguesa. Os motivos desta alteração podem ser lidos na entrevista n.º 3 (2-3), visto que as capas dos números 1, 2, 3 e 4 foram elaboradas a partir dos respetivos ensaios fotográficos publicados. Ficou assente que o projeto *Granta Portugal* tem decorrido em processos faseados e tem sido reajustado com prudência. Carlos Vaz Marques justifica:

[...] tudo isto é mais fácil de fazer com uma estrutura que funcione autonomamente e não pertença a nenhum grande grupo que queira obter resultados «à força», ou seja, isto não é nenhuma «vaca leiteira» nem é negócio, no sentido de acrescentar dividendos a uma empresa. É um pro-

jeto que vale por si próprio, com o principal objetivo económico de que o projeto se pague a si próprio, que pague a estrutura. Portanto, não é um negócio no sentido de gerar lucro e satisfazer acionistas gananciosos. Com esta estrutura consegue fazer-se com viabilidade e com uma equipa ótima. A Madalena Alfaia, que é a assistente editorial que trabalha diretamente comigo, a Vera Tavares e o Pedro Serpa, que são os gráficos, a Rute Paiva, que trata de questões logísticas, tais como as assinaturas – a revista chega com 15 dias de avanço aos assinantes e isso é um ponto de honra. O processo logístico é engraçado porque no princípio essa logística era bastante mais complicada do que é hoje, pela inexperiência. Já está automatizada, mecanizada... Mas chegámos a fazer noitadas a embalar revistas... como se fosse uma festa! [...] Portanto... Temo-nos divertido! [risos] [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Todavia, Carlos Vaz Marques e Bárbara Bulhosa deixam uma garantia:

[...] há uma coisa que para nós é fundamental: «Não vamos baixar a fasquia para chegar mais longe.» [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

Exatamente. E não vamos baixar. Se não houver público, acaba. Não vamos transformar uma coisa noutra. Não queremos fazer isso. Não faz sentido. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

E, para fecho, o diretor da *Granta Portugal* reconhece o seguinte:

[...] para nós, por mais visibilidade que pareça ter, a vasta maioria das pessoas, mesmo que consideremos só o universo daquelas que se interessam pela leitura (que já sabemos que é reduzido), tenho a certeza que não sabe o que é a *Granta*, ou têm uma ideia muito distante. Portanto, ainda há um trabalho a fazer para chegar a mais pessoas. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 21-10-2013]

### **3.5.2. Efeitos para a editora Tinta-da-China**

Sobre futuros projetos editoriais da Tinta-da-China, além dos interesses e das causas temáticas para publicação, que foram revelados pela sua diretora e estão apresentados no tópico 3.1.3., foi possível confirmar a hipótese de concretização de um outro projeto relacionado com a *Granta*. Carlos Vaz Marques desenvolveu o assunto sobre uma edição com «Os Melhores Jovens Escritores de Língua Portuguesa», à semelhança do que acontece com a edição da *Granta: Best of Young British Novelists*, e que esteve para avançar em 2014:

[...] mas depois houve um problema de direitos (um tal aspeto que me escapa), porque havia na altura uma edição brasileira da *Granta*, que entretanto parece que deixou de publicar. Mas não sabemos ainda qual é a situação contratual que o Brasil mantém com a *Granta* inglesa. Mas

houve um problema de direitos por causa da nossa vontade de fazer a *Granta* com os «melhores autores de língua portuguesa», e então o projeto não avançou. Porque um ano antes os brasileiros tinham feito «Os Melhores Autores Brasileiros» e nós queríamos fazer não só portugueses, mas de língua portuguesa. E portanto acharam que íamos «entrar muito no quintal deles» [risos], e apresentaram essa opinião junto da *Granta* inglesa, que sugeriu arranjar-se uma oportunidade para trabalharmos nisso em conjunto. Essa oportunidade espero que venha a surgir, mas entretanto as notícias que tenho é que a *Granta* portuguesa que existia no Brasil não está a publicar. Também tinham uma periodicidade semestral e julgo que há dois semestres que não editam. Não sei se é uma pausa ou se é uma desistência. [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

[...] temos falado sobre isso. Se o desaparecimento «deles» se confirmar vamos avançar nesse sentido, mas é preciso lançar isso com tempo e cautela. [risos] Tivemos pena, naquela altura, porque já havia bastante atenção sobre isso... [entrevista a Carlos Vaz Marques, diretor da *Granta Portugal*, realizada a 04-10-2016]

Enquanto editora, Bárbara Bulhosa deixou uma declaração final que se enquadra no propósito deste trabalho, e tem que ver com «o papel do editor», «o trabalho coletivo» e «o futuro»:

Na minha perspetiva, o papel do editor é essencial, embora haja muitas editoras que funcionam sem editor... Mas eu considero essencial. Por mais corretores ortográficos que existam e por mais que as pessoas queiram publicar na internet, os autores precisam de ser editados. Qualquer autor precisa de ser lido por alguém profissional, que o questione. Porque sem isso um autor «vai descalço». Já me aconteceu não publicar livros de pessoas de quem gosto muito e por quem tenho a maior consideração, por ter-lhes dito: «Isto não vais fazer.» Porque me interessa o futuro deles... no futuro deles também vejo o meu. Há aqui uma relação de cumplicidade muito grande. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

[...] A única parte individual é a escrita. Mas a partir do momento em que entregam o texto passa a ser um trabalho coletivo. O problema é que é muito complicado sobreviver com todas estas características, porque nós vivemos só dos livros que vendemos. Não tenho nenhum sócio capitalista, e portanto, essa parte é complicada e tenho que usar muito do meu tempo para fazer a gestão mais rigorosa possível para não escorregarmos. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

Através de um caso concreto demonstra porque vale a pena ser editora:

[...] o Rui Tavares, por exemplo, foi o primeiro autor que publiquei, que era desconhecido, e fez *O Pequeno Livro do Grande Terramoto*, que vendeu 6000 exemplares e foi considerado o «Melhor Ensaio». A partir desse momento foi convidado para ir escrever para o jornal *Público*, etc., e agora está a dar aulas nos EUA. Ou seja, tudo isto tem sido muito gratificante. [entrevista a Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, realizada a 04-10-2016]

### 3.5.3. Efeitos para os *Novos Autores*

Confirmou-se no tópico 3.4.4. que a participação na *Granta Portugal* não causou, a curto prazo, alterações significativas no percurso da maioria dos *Novos Autores*. Mas apresenta-se, uma vez mais, dois casos que, até à data, tiveram repercussões positivas mais evidentes: o autor José Gardezabal, que não tinha trabalhos publicados até o seu texto «Várias versões de uma catástrofe» ter sido editado, em 2013, pela Tinta-da-China para a *Granta Portugal 2* («PODER»), e que foi, pouco tempo depois, distinguido com o Prémio INCM / Vasco Graça Moura 2015, 1.<sup>a</sup> edição – Poesia, com a obra *História do século vinte*<sup>89</sup>. E o autor Valério Romão, que além de ter sido convidado a escrever para a *Granta Portugal 1* («EU»), na qual foi publicado o texto «À medida que fomos recuperando a mãe», e para a *Granta Portugal 3* («CASA»), onde consta o seu trabalho «Quando se pôs o meu irmão fora de casa», alcançou a internacionalização com o primeiro texto traduzido e publicado na versão *online* da *Granta* inglesa e também traduzido e publicado na *Granta* sueca impressa.

No caso de Rui Cardoso Martins e Afonso Cruz, o percurso das suas carreiras enquanto autores, entre 2013 e 2016, demonstra que elas estão em ascensão na literatura portuguesa: o primeiro, que escreveu «Espelho da água» para a *Granta Portugal 1*, entre 2014 e 2016 publicou ainda através da Tinta-da-China as obras *O osso da borboleta*, 2014; *Levante-se o Réu*, 2015; *E se eu gostasse muito de morrer*, 2016; e *Levante-se o Réu outra vez*, 2016. O escritor e ilustrador Afonso Cruz, que participou na *Granta Portugal 1* («EU») com o texto «Jazz, rosas e andorinhas» e na *Granta Portugal 2* («PODER») com ilustrações, tem colaborado em inúmeros projetos e tem sido distinguido com vários prémios, como pode ser confirmado na sua nota biográfica. A título de exemplo, desde então conquistou: o Prémio Autores para Melhor Ficção Narrativa atribuído pela SPA em 2014<sup>90</sup>; o Prémio Nacional de Ilustração 2014 pelo trabalho gráfico do livro *Capital*, editado pela Pato Lógico e atribuído pela DGLAB<sup>91</sup>; e o Prémio Literário Fernando Namora em 2016 pelo romance *Flores*<sup>92</sup>.

---

<sup>89</sup> Um dos dois autores de quem não foi possível obter um testemunho para este trabalho. Contudo, apurou-se que *José Gardezabal* é o pseudónimo de José (A.) Tavares [Em linha].

<sup>90</sup> Afonso Cruz – Wook [Em linha].

<sup>91</sup> Prémio Nacional de Ilustração [Em linha].

<sup>92</sup> Afonso Cruz vence Prémio Fernando Namora [Em linha].

## CONCLUSÃO

A dissertação «No encaço de *Novos Autores*: A edição da revista literária *Granta* em Portugal» incidiu sobre um estudo analítico qualitativo que pretendeu averiguar os efeitos resultantes para a editora Tinta-da-China e para os *Novos Autores* (de texto e de imagem) como consequência da edição da *Granta Portugal* – cuja análise se circunscreveu aos quatro primeiros números da revista literária, publicados em 2013 e 2014.

As questões de partida formuladas dirigiram as linhas da investigação, que esteve assente na intenção de compreender as motivações que conduziram a Tinta-da-China a publicar, em 2013, uma revista literária, e em concreto a *Granta*, uma vez que se trata de um modelo periódico de origem inglesa, assim como, no propósito de averiguar se a partir da edição da *Granta Portugal* a editora Tinta-da-China efetivou vínculos contratuais com os *Novos Autores*, e em que medida a publicação dos seus trabalhos na revista literária se refletiu na sua atividade enquanto autores.

O estudo empírico realizado proporcionou respostas maioritariamente concordantes com as pressuposições avançadas na etapa metodológica. De seguida expõem-se as deduções ponderadas sobre cada questão.

Sobre as motivações que conduziram uma editora portuguesa, de estrutura independente, a publicar – em 2013 – uma revista literária, conclui-se que publicar um periódico literário (em formato livro) é uma iniciativa editorial arriscada, essencialmente, pela escassez de público-leitor em Portugal para este género de produto cultural – constituído por literatura –, ainda que, como se verificou a partir de Neves (2015), entre 2000 e 2006 a «faturação da produção do género literatura» tenha crescido dois milhões de euros em Portugal. A propósito desse «risco» assinala-se o facto de, em 2013 (ano de arranque da *Granta* em Portugal), o país encontrar-se em plena crise política e económica, o que, na perspetiva de Carlos Vaz Marques, diretor da revista, levou a que a iniciativa de, «em contraciclo, arriscar...» despertasse o interesse dos média, dos livreiros e dos leitores pelo projeto editorial *Granta Portugal*. Porém, este fator comunicacional, por si só, não era suficiente para difundir o projeto, e como tal a Tinta-da-China recorreu, essencialmente, ao canal de comunicação Facebook (que à data conta com 40 191 seguidores) para alcançar o maior número de pessoas. Através de Kotler (2010) inteiramo-nos sobre a estratégia designada por *marketing 2.0*, que, entre outros pontos fortes, possibilita alcançar seguidores utilizando poucos recursos, assim como «estabelecer uma ligação» direta com os mesmos. Por meio de Medeiros (2006) apreendeu-se, também, que o editor tem à sua disposição outras formas de cortejar os leitores, das quais relembra o cuidado com «os aspetos formais e físicos» e o «contacto direto por carta». Nas entrevistas com os responsáveis pelo projeto *Granta Portugal* foi possível confirmar que a Tinta-da-

-China tem esse cuidado estético (gráfico) em geral, e que estabelece com os assinantes da revista literária uma comunicação através do envio de cartas personalizadas, uma vez que se entende que este tipo de aproximação é valorizado. Ainda sobre o público-alvo, confirmou-se com Bárbara Bulhosa a intenção da editora de «fidelizar e captar leitores», uma vez que o segmento de leitores da *Granta* é o mesmo que se interessa pelas obras editadas pela Tinta-da-China. E com Carlos Vaz Marques depreendeu-se que lhe interessam «os leitores competentes e concretos». Sobre a «*recepção competente*» refletida no capítulo da Revisão da Literatura, verificou-se tratar-se de uma prática de leitura «emocional» e identificativa e que, por esses dois motivos, tem um sentido crítico e lúdico (Leenhart, 1989, *apud* Santos, 1992). Em suma, concluiu-se que a edição de uma revista literária, em 2013, por iniciativa da Tinta-da-China, apenas se concretizou por ter surgido a hipótese de ser editado em Portugal o periódico literário *Granta*.

Acerca das razões que justificam a opção pela exploração de um «produto literário» através de um contrato de franquia, em vez da edição de um modelo periódico original, inferiu-se terem existido dois motivos que conduziram a Tinta-da-China a editar a *Granta* em Portugal, designadamente: o facto de o acordo entre editoras (a Granta Books e a Tinta-da-China) possibilitar a tradução e a publicação de textos recuperados das edições da *Granta* inglesa (ou da *Granta* editada em outras línguas); e a vantagem de a revista literária em causa ter um formato estruturado, seguro, reconhecido e prestigiado internacionalmente, o que são fatores facilitadores para alcançar o público-leitor. Com o presente estudo tomou-se conhecimento (pessoal) de que a *Granta*, desde 2009, passou a ser um projeto editorial de escala global, com edição própria noutros países (nas suas respetivas línguas). Ou seja, desde então atua em rede, o que está em conformidade com a literatura de Lipovetsky (2011), na qual este refere que a «*Cultura Global* [...] permitiu a “diversidade” e a “heterogeneidade”». Considera-se ainda pertinente lembrar neste ponto, a partir de Mateus (2013), os «três grandes tipos de trocas comerciais criativas: os bens e serviços de indústrias criativas (como um livro), os produtos de indústrias relacionadas (como equipamento para impressão do livro) e os *royalties* e outros serviços (como o direito de autor sobre a obra literária)». No estudo empírico foi averiguado que a responsável pela Tinta-da-China que edita a *Granta Portugal* considera-a «um produto cultural muitíssimo caro», uma vez que, entre outros custos, estão em causa um *fee* contratual, as traduções, a gratificação aos autores portugueses e a produção.

Os resultados obtidos em função da questão sobre que efeitos a edição da *Granta Portugal* tem para a Tinta-da-China, em relação ao vínculo entre a editora e os *Novos Autores* confirmou-se que descobri-los e apoiá-los são os objetivos mais consistentes. Através de Becker (2010 [1982]) evocou-se neste trabalho a expressão «rede de cooperação», no sentido de expressar que também a atividade editorial é coletiva e, como tal, envolve diversos intervenientes com diferentes funções. Em resultado disso, o estudo empírico permitiu confirmar a rele-

vância desta noção de aliança para a editora, quando Bárbara Bulhosa, diretora da Tinta-da-China, na entrevista concedida para este estudo a 4 de outubro de 2016, referiu que «qualquer autor precisa de ser lido por alguém profissional, que o questione». Relembra-se neste ponto o que escreveu Medeiros (2012) sobre o estatuto do editor: este faz parte de um «coletivo» que atua «como instrumento de mediação entre autores e públicos». E que, conforme Martins (1999), além dos papéis de «legitimador» e de «mediador», a sua função inclui ainda as *instâncias* «conflitual», «criadora» e de «gestão». Para Bárbara Bulhosa, «o papel do editor é essencial [...] Por mais corretores ortográficos que existam e por mais que as pessoas queiram publicar na internet, os autores precisam de ser editados». Relativamente à intenção de descobrir e apoiar os *Novos Autores*, o diretor da revista, Carlos Vaz Marques, referiu que pretende seguir o princípio do «Cavalo de Troia», ou seja, objetiva «dar visibilidade» aos autores em que aposta. Uma forma de concretizar esta finalidade tem sido promover na página de Facebook da *Granta Portugal* notícias sobre as suas atividades, como, por exemplo: divulgar a atribuição ou a nomeação para um prémio; anunciar um projeto; participar que o primeiro texto que Valério Romão escreveu para a *Granta Portugal* iria ser traduzido e publicado na *Granta* sueca (como também foi, antes disso, publicado na *Granta* inglesa digital, com o empenho da Tinta-da-China no processo de tradução). Referiu-se o nome do autor Valério Romão, que participou na *Granta Portugal* 1 e 3, porque Bárbara Bulhosa o destacou como sendo «um grande autor», «descoberto através da *Granta*», e que «poderia ter sido um autor que convidássemos para a Tinta-da-China», «se não tivesse editora, se não tivesse editado antes».

As considerações sobre os efeitos gerais que a publicação de trabalhos (de texto e de imagem) na *Granta Portugal* tem para os *Novos Autores* indicam que, dos 10 entrevistados, a maioria fez questão de enaltecer o impacto pessoal e o privilégio de fazer parte de um projeto com a qualidade e as características da *Granta*, e três referiram ter recebido retorno pelas suas participações. Sandro William Junqueira e Rui Cardoso Martins mencionaram o *feedback* positivo dos leitores e Valério Romão afirmou ter sido «muito importante chegar a um público diversificado a que, de outra forma, porventura não chegaria». Três dos entrevistados, nomeadamente Raquel Ribeiro, Susana Moreira Marques e Rui Cardoso Martins, testemunharam a sua ligação à Tinta-da-China. Raquel Ribeiro publicou na editora um romance no mesmo ano em que participou na *Granta* 2 (2013), o primeiro livro de Susana Moreira Marques foi publicado por Bárbara Bulhosa (2012), e Rui Cardoso Martins publicou quatro livros na Tinta-da-China entre 2014 e 2016. É sabido que, no termo das políticas editoriais, os Programas de Apoio à Criação e Edição da atual DGLAB têm estado suspensos desde 2009, por «medidas de contenção de despesas decorrentes da crise financeira nacional e internacional», como referiu Beja (2012). Na Revisão da Literatura deste trabalho ilustrou-se o decréscimo no número de Programas entre 2003 e 2006, no entanto averiguou-se que o programa para

2015-2019 do atual Governo Constitucional (XXI) restabeleceu alguns dos apoios aos autores de texto e de imagem (ilustradores). Sobre esta matéria, enquanto autores, João Gambino, Valério Romão, Raquel Ribeiro, Alex Gozblau, Ricardo Dias Felner, Susana Moreira Marques e Sandro William Junqueira confirmaram nunca ter participado em Programas de Apoio à Edição de Obras. Rui Cardoso Martins referiu ter recebido subsídios (escassos) para a escrita de cinema, Afonso Cruz mencionou que, através das editoras, teve alguns apoios para a tradução dos seus livros publicados no estrangeiro, e Tiago Rodrigues afirmou ter beneficiado de apoios à edição ou à tradução das suas peças, mas em França. Dos 10 entrevistados, averiguou-se que Alex Gozblau, João Gambino, Raquel Ribeiro e também Ricardo Dias Felner (que não se define como autor) têm a sua atividade centrada em Portugal, enquanto a dos restantes é também internacional. Aproveita-se aqui a declaração de Ricardo Dias Felner (jornalista), obtida neste estudo, em que diz «não se pode dizer que tenho uma atividade enquanto autor. Escrevi algumas coisas, voltarei a escrever no futuro, não sei com que intensidade, sei que quero e gosto e me faz feliz», pois exemplifica, no âmbito literário, a diferença entre «autor» e «escritor» revista neste trabalho a partir de Martins (2005).

Pondo termo às considerações finais, infere-se que os resultados obtidos responderam de forma linear aos objetivos propostos para este estudo.

A realização de um trabalho sobre um livro (neste caso sobre uma revista literária com esse formato), cuja produção editorial envolve diversos sectores e intervenientes, implicou que tivesse sido aplicada uma delimitação concreta à área de estudo, e portanto admite-se que outras matérias de interesse tenham ficado excluídas desta dissertação. Como linhas de investigação futura pensa-se ser pertinente acompanhar o percurso dos *Novos Autores* mencionados neste trabalho, bem como incluir no estudo outros nomes que participaram nas edições seguintes à número quatro. Considera-se ainda que seria relevante estudar a perspetiva dos leitores – tanto dos assinantes como dos que compram a *Granta Portugal* em livrarias ou a leem em bibliotecas.

## BIBLIOGRAFIA CITADA

- AAVV, 1998. *Enciclopédia Internacional de Marketing*. Coord. European Marketing Confederation. Trad. Sociedade Portuguesa de Marketing. Porto: Porto Editora.
- AAVV, 2004. Públicos da Cultura. Lisboa: OAC - Observatório das Actividades Culturais.
- AAVV, 2009. *Formar leitores para ler o mundo*. Lisboa: Casa da Leitura - Fundação Calouste Gulbenkian.
- AAVV, 2014. *Manifesto for the 2014 European elections, Bruxelas: EWC, FEP, EBF*. apud NEVES, J. S. (coord), BEJA, R., SANTOS, J. ALVES dos, SANTOS, J. AUGUSTO dos, 2014. *Comércio livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- ALBARELLO, L. et al., 1997. *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. 1.ª edição. Lisboa: Gradiva.
- ALTBACH, P. G., 1997. L'édition, in Rapport mondial sur l'information 1997/1998. Paris: Éditions UNESCO. apud Martins, J. M., 1999. *Marketing do Livro: Materiais para Uma Sociologia do Editor Português*. Oeiras: Celta.
- ANSELMO, A., 1991. *História da Edição em Portugal*. Volume I. Das origens até 1536. Porto: Lello & Irmão Editores.
- APPADURAI, A., 2004. 2 - Disjuntura na economia cultural global. in *Dimensões Culturais da Globalização: A modernidade sem peias*, Lisboa: Teorema, Pp. 43-70.
- BABO, M. A., 1993. *A escrita do livro*. Coleção Passagens. Lisboa: VEGA.
- BECKER, H. S., 2010. *Mundos da Arte*. Lisboa: Livros Horizonte.
- BEJA, R., 2011. À Janela dos Livros: Memória de 30 anos do Círculo de Leitores, Lisboa: Círculo de Leitores e Temas e Debates, apud Beja, R., 2012. *A Edição em Portugal, 1970-2010: Percursos e Perspectivas*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- BEJA, R., 2012, *A Edição em Portugal, 1970-2010: Percursos e Perspectivas*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- BENHAMOU, F., 2000. *L'économie de la culture*. Paris: Éditions La Découverte & Syros.
- BIDE, M., et al, 1997. From N to X: The impact of network communications on the Publishing Value Chain; 3.º relatório da série Publishing in the 21st Century, VISTA Computer Services. apud Furtado, J. A., 2009. *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors – Consultores Editoriais.
- BORGMAN, C. L., 2000. From Gutenberg to the Global Information Infrastructure. Access to Information in the Networked World. Cambridge (Mass.) and London: The MIT Press. apud FURTADO, J. A., 2007. *O papel e o pixel*. Lisboa: Ariadne Editora.

- BRYMAN, A., 2012. *Social Research Methods*. 4th edition. New York: Oxford University Press Inc.
- CADIOLI, A., 1998. La ricezione. Roma-Bari: Laterza. *apud* FURTADO, J. A., 2000. *Os livros e as leituras – Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, Lda.
- CAETANO, J., 2013. Fundamentos da Comunicação. *in* AAVV., 2013 *Marketing e Comunicação desafios da globalização. Marketing, Comunicação, Ética, Socialização e Responsabilidade Social dos Media*. Coord. Editorial João Costa, Miguel Nuno Portugal e Joaquim Caetano. Lisboa: Escolar Editora.
- CAMPENHOUDT, L. V. e QUIVY, R., 2005. *Manual de Investigação em Ciências Sociais* [Em linha]. Lisboa: Gradiva. Disponível em: <https://www.scribd.com/doc/37937019/Quivy-e-Campenhoudt-Manual-de-Investigacao-em-Ciencias-Sociais> [consultado a 22 de julho de 2016].
- CARTER, B., 2013. *Ganhar com o facebook. Como maximizar a sua presença nas redes sociais*. Trad. Melissa Lyra. Barcarena: Marcador Editora da Editorial Presença.
- CAVALLO, G. e CHARTIER, R., 1997 [1995]. Histoire de la lecture dans le monde occidental. Paris: Éditions du Seuil. *apud* FURTADO, J. A., 2000. *Os livros e as leituras – Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, Lda.
- CAVES, R., 2000. *Creative industries. Contracts between art and commerce*. England: Harvard University Press.
- CEIA, C., 2009. *O poder da leitura literária (contra as formas do impoder)*. [Em linha] Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Casa da Leitura. Disponível em: [http://195.23.38.178/casadaleitura/portalbeta/bo/abz\\_indices/001826\\_O%20Poder%20da%20Leitura%20Literaria.pdf](http://195.23.38.178/casadaleitura/portalbeta/bo/abz_indices/001826_O%20Poder%20da%20Leitura%20Literaria.pdf) [consultado a 18 de maio de 2013].
- CHAMPAGNE, P., 1990. Faire l’opinion. Le nouveau jeu politique. Paris: Les Éditions de Minuit. *apud* MARTINS, J. M., 1999. *Marketing do Livro: Materiais para Uma Sociologia do Editor Português*. Oeiras: Celta.
- CHARTIER, R., 1992. Communautés de lecteurs. L’ordre des livres. Lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre XIVE et XVIIIe siècle. Aix-en Provence: Alinéa. *apud* CHARTIER, R., 2014. *O que é um autor? Revisão de uma genealogia*. São Carlos, SP, Brasil: EdUFSCar – Editora da Universidade Federal de São Carlos.
- CHARTIER, R., 1997 [1992]. Comunidades de leitores. *in* A ordem dos livros. Trad. Leonor Graça. Lisboa: Vega. *apud* FURTADO, J. A., 2000. *Os livros e as leituras – Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, Lda.
- CHARTIER, R., 2014. *A mão do autor e a mente do editor*. Editora Unesp São Paulo.
- CHARTIER, R., 2014. *O que é um autor? Revisão de uma genealogia*. Trad. Luzmara Curcino e Carlos Eduardo Bezerra. 1.ª reimpressão. São Carlos, SP, Brasil: EdUFSCar – Editora da Universidade Federal de São Carlos.

- COELHO, E. P., 2001. Se o leitor escreve tu escreves. Lisboa: Assírio & Alvim. *in* GUSMÃO, M. e COELHO, E. P., 2001. *O leitor escreve para que seja possível*. Lisboa: Assírio & Alvim, Pp 77-91.
- COUTINHO, I. e SALEMA, I. (07-06-2015), José Manuel Cortês: Os escritores devem ser apoiados diretamente pelo Estado. [Em linha] *Jornal Público. Cultura-Ípsilon*. Disponível em: <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/jose-manuel-cortes-os-escritores-devem-ser-apoiados-directamente-pelo-estado-1697829> [consultado a 23 de junho de 2015].
- CRANE, D., 2002. Culture and Globalization Theoretical Models and Emerging Trends. *in* CRANE, D., KAWASHIMA N. e KAWASALI, K., 2002. *Global Culture – Media, Arts, Policy, and Globalization*. New York: Routledge, Pp 1-21.
- CRESWELL, J. W., 1994. *Research Design. Qualitative & Quantitative Approaches*. California: Sage Publications, Inc.
- CURCINO, L., 2014. Apresentação - Roger Chartier leitor de Michel Foucault, o respeito a um legado e o enfrentamento de seus limites: reflexões sobre a autoria. *in* CHARTIER, R., 2014. *O que é um autor? Revisão de uma genealogia*. São Carlos, SP, Brasil: EdUFSCar – Editora da Universidade Federal de São Carlos. Pp. 8-18.
- CURRAN, J. e PARK, M. J., 2000. Beyond globalization theory. Pp. 3-18. *in* CURRAN, J. e PARK, M. J. (eds) *De-Westernizing Media Studies*. New York and London: Routledge, *apud* CRANE, D., 2002. Culture and globalization. Theoretical models and emerging trends. *in* CRANE, D., Kawashima N. e Kawasaki K. *Global Culture. Media, arts, policy and globalization*. New York – London: Routledge, Pp. 1-21.
- DeNATALE. D. e WASSALL G., 2007. *The Creative Economy: A New Definition*. A research framework for New England and beyond, including an economic analysis of New England's cultural industries and workforce. [Em linha]. Boston: NEFA: New England Foundation for the Arts Disponível em: <http://www.nefa.org/sites/default/files/ResearchCreativeEconReport2007.pdf> [consultado a 14 de junho de 2015].
- DOUGLAS, J., 1985. *Creative interviewing*. Beverly Hills, CA: Sage Publications. *apud* FODDY, W., 1996. *Como Perguntar*. Teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários. Oeiras: Celta Editora.
- ESCARPIT, R., 1965. *La révolution du livre*. Paris: PUF. *apud* FURTADO, J. A., 2000. *Os livros e as leituras – Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, Lda.
- FEP, 2014. *Europe and the book*. Bruxelas: FEP. *apud* NEVES, J. S. *et al.*, 2014. *Comércio livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- FILHO, J. L., 2007. *40 anos de Estética da Recepção: pesquisas e desdobramentos nos*

- meios de comunicação*. [Em linha] Revista Diálogos Possíveis. Faculdade Social da Bahia. Disponível em: <http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos/11/04.pdf> [consultado a 29 de junho de 2013].
- FODDY, W., 1996. *Como Perguntar. Teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários*. Oeiras: Celta Editora.
- FOUCAULT, M., 1992. *O que é um autor?* Coleção Passagens. Lisboa: Vega.
- FURTADO, J. A., 2000. *Os livros e as leituras – Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, Lda.
- FURTADO, J. A., 2007. *O papel e o pixel*. Lisboa: Ariadne Editora.
- FURTADO, J. A., 2009. *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors – Consultores Editoriais.
- GARZÓN, A., 1996. El libro y la lectura. Livros de Portugal. Junho. Lisboa: APEL. *apud* Martins, J. M., 1999. *Marketing do Livro: Materiais para Uma Sociologia do Editor Português*. Oeiras: Celta.
- GIDDENS, A., 1990. *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity. *apud* MELO, A., 2002. *Globalização Cultural*, Lisboa: Quimera.
- GUSMÃO, M. e COELHO, E. P., 2001. *O leitor escreve para que seja possível*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- HALL P. e DIXON R., 1990. *Franchising – uma nova forma de negociar*. Trad. Rosário Torres e Fernando Grilo. Lisboa: Editorial Presença.
- HOROWITZ, I., 1986. *Communicating Ideas. The Crisis of Publishing in a Post-Industrial Society*. New York, Oxford: Oxford University Press. *apud* MEDEIROS, N., 2009. *Ações prescritivas e estratégicas: A edição como espaço social*. [Em linha] Revista Crítica de Ciências Sociais, 85, junho 2009:131-146. Disponível em: <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/2195/1/Acções%20prescritivas%20e%20estratégicas.pdf> [consultado a 30 de abril de 2013].
- ISER, W., 1996. *O ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. Trad. Johannes Kreschmer, São Paulo: Ed. 34.
- JAUSS, H. R., 1993. *A literatura como provocação*. Lisboa: Vega. *apud* LOPES, J. T., 2004. *Experiência estética e formação de públicos*. in AAVV, 2004. *Públicos da Cultura*. Lisboa: OAC - Observatório das Actividades Culturais.
- JAUSS, H. R., 1994. *A história da literatura como provocação e a teoria literária*. São Paulo: Ática. *apud* FILHO, J. L., 2007. *40 anos de Estética da Recepção: pesquisas e desdobramentos nos meios de comunicação*. [Em linha] Revista Diálogos Possíveis. Faculdade Social da Bahia. Disponível em: <http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos/11/04.pdf> [consultado a 29 de junho de 2013].

- JAUSS, H. R., 2002. A estética da recepção: colocações gerais. *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. 2.<sup>a</sup> ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra. *apud* FILHO, J. L., 2007. *40 anos de Estética da Recepção: pesquisas e desdobramentos nos meios de comunicação*. [Em linha] Revista Diálogos Possíveis. Faculdade Social da Bahia. Disponível em: <http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos/11/04.pdf> [consultado a 29 de junho de 2013].
- JAUSS, H. R., 2002. O prazer estético e as experiências fundamentais da poiesis, aisthesis e katharsis. *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. 2.<sup>a</sup> ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra. *apud* FILHO, J. L., 2007. *40 anos de Estética da Recepção: pesquisas e desdobramentos nos meios de comunicação*. [Em linha] Revista Diálogos Possíveis. Faculdade Social da Bahia. Disponível em: <http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos/11/04.pdf> [consultado a 29 de junho de 2013].
- KOTLER, P., KARTAJAYA, H. e SETIAWAN, I., 2010. *Marketing 3.0. As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. [Em linha] Disponível em: <http://lelivros.win/book/baixar-livro-marketing-3-0-philip-kotler-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/> [consultado a 14 de agosto de 2016].
- LA BRUYÈRE, J., 1980. Les Caracteres. Paris. Coll. 10/18. *apud* BABO, M. A., 1993. *A escrita do livro*. Coleção Passagens. Lisboa: VEGA.
- LEENHARDT, J., 1989. Les effets esthétiques de l'oeuvre littéraire: un problème sociologique. *in* POULAIN, M. (Coord.) Pour une sociologie de la lecture. Lectures et lecteurs dans la France Contemporaine. Paris: Cercle de la Librairie. *apud* SANTOS, M. L. L. dos, 1992. *O público-leitor e a apropriação do texto escrito*. *in* CONDE, I., (coord.). *Percepção Estética e Públicos da Cultura*. Lisboa: ACARTE - Fundação Calouste Gulbenkian.
- LIPOVETSKY, G. e JUVIN, H., 2011. O Reino da Hiper cultura. *in* *O Ocidente Mundializado – Controvérsia sobre a Cultura Planetária*. Lisboa: Edições 70.
- LOPES, J. T., 2004. *Experiência estética e formação de públicos*. *in* AAVV. *Públicos da Cultura*. Lisboa: OAC - Observatório das Actividades Culturais.
- MARQUES, C. V., 2013. *Granta Portugal 2*. Editorial. Lisboa: Edições Tinta-da-China.
- MARTINS, J. M., 1996b. Marketing do Livro, universidade e UNESCO. Livros de Portugal, Junho. Lisboa: APEL. *apud* Martins, J. M., 1999. *Marketing do Livro: Materiais para Uma Sociologia do Editor Português*. Oeiras: Celta.
- MARTINS, J. M., 1999. *Marketing do Livro: Materiais para Uma Sociologia do Editor Português*. Oeiras: Celta.
- MARTINS, J. M., 2005. *Profissões do Livro. Editores e Gráficos. Críticos e Livreiros*. Lisboa: Editorial Verbo.

- MATEUS, A., 2010. *O sector cultural e criativo em Portugal*. Estudo para o Ministério da Cultura. Relatório Final. [Em linha] Lisboa: Augusto Mateus & Associados – Sociedade de Consultores. Disponível em: <http://www.bubok.pt/livros/2749/O-sector-Cultural-e-Criativo-em-Portugal> [consultado a 15 de fevereiro de 2015].
- MATEUS, A., 2013. *A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa*. Relatório Final para o Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais da Secretaria de Estado da Cultura do Governo de Portugal. [Em linha] Lisboa: Augusto Mateus & Associados – Sociedade de Consultores. Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/1325076/20140131%20sec%20estudo%20cultura%20internacionalizacao%20economia.pdf> [consultado a 15 de fevereiro de 2015].
- McKENZIE, D. F., 1999. *Bibliography and the Sociology of Texts*. 2.<sup>a</sup> edição. Cambridge: Cambridge University Press. *apud* FURTADO, J. A., 2000. *Os livros e as leituras – Novas ecologias da informação*. Lisboa: Livros e Leituras, Lda.
- MEDEIROS, N., 2006. Editores e Livreiros: Que Papéis de Mediação para o Livro? *in* CURTO, D. R. (dir), 2006. *Estudos de Sociologia da Leitura em Portugal no século XX*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian; Fundação para a Ciência e a Tecnologia; Ministério da Ciência e do Ensino Superior, Pp. 343-385.
- MEDEIROS, N., 2009. *Ações prescritivas e estratégicas: A edição como espaço social*. [Em linha] *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 85, junho 2009:131-146. Disponível em: <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/2195/1/Acções%20prescritivas%20e%20estratégicas.pdf> [consultado a 30 de abril de 2013].
- MEDEIROS, N., 2010. Edição e Editores: O Mundo do livro em Portugal, 1940-1970, Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais, *apud* BEJA, R., 2012. *A Edição em Portugal, 1970-2010: Percursos e Perspectivas*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- MEDEIROS, N., 2012. *Pluralidade, mudança e produção de valor na edição de livros: Notas sobre a edificação social da cultura impressa*. Sociedade Crise e Reconfigurações: VII Congresso Português de Sociologia (19 a 22 de junho). Disponível em: [http://www.aps.pt/vii\\_congresso/papers/finais/PAP0870\\_ed.pdf](http://www.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP0870_ed.pdf) [consultado a 30 de abril de 2013].
- MELO, A., 2001. Terceira Parte: Uma caracterização global. *in Arte*. Lisboa: Quimera, Pp. 119-152.
- MELO, A., 2002. Capítulo 2 - Dimensões culturais da globalização. *in Globalização Cultural*. Lisboa: Quimera, Pp. 41-86.
- MELO, A., 2002. Capítulo 3 - Geografias do poder no sistema das artes [excerto]. *in Globalização Cultural*, Lisboa: Quimera, Pp. 87-122.
- MENDONÇA, S., 2015. O mundo económico do livro. *in* AAVV, 2015. *O livro*,

- o leitor e a leitura digital*. Coord. Gustavo Cardoso. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- NEVES, J. S. (coord.), SANTOS, J. A. dos, LIMA, M. J., VAZ, A., CANEIRA, E., 2012. *Inquérito ao Sector do Livro Parte I – Enquadramento e Diagnóstico*. Lisboa: OAC – Observatório das Actividades Culturais.
- NEVES, J. S. (coord.), SANTOS, J. A. dos e VAZ, A., 2012. *Inquérito ao Sector do Livro Parte II – Inquéritos à Edição e à Comercialização*. Lisboa: OAC - Observatório das Actividades Culturais.
- NEVES, J. S. (coord), BEJA, R., SANTOS, J. ALVES dos, SANTOS, J. AUGUSTO dos, 2014. *Comércio livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- NEVES, J. N., 2015. O sector do livro em Portugal. in AAVV, 2015. *O livro, o leitor e a leitura digital*. Coord. Gustavo Cardoso. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- NEWBIGIN, J., 2010. *A economia criativa: um guia introdutório*. Série Economia Criativa e Cultural do British Council [Em linha]. Edição em português, Bogotá: Puntoaparte Editores Disponível em:  
[http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro\\_guide\\_-\\_Portuguese.pdf](http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf) [consultado a 13 de fevereiro de 2015].
- PALADINO, M. B., 1998. Carta al Vento: Come cambia l'industria editoriale. Nápoles: Libreria Dante & Descartes. *apud* Furtado, J. A., 2009. *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors – Consultores Editoriais.
- PORTER, M. E., 1998. Competitive Advantage: Creating and sustaining competitive performance. Nova Iorque: Free Press. *apud* Furtado, J. A., 2009. *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors – Consultores Editoriais.
- RUBIM, A. A. C., 2010. Políticas culturais e novos desafios. in SANTOS, M. L. L. dos e PAIS, J. M. (org.), 2010. *Novos Trilhos Culturais – Práticas e Políticas*. Lisboa: ICS – Imprensa de Ciências Sociais.
- SANTOS, M. L. L. dos, 1992. O público-leitor e a apropriação do texto escrito. in CONDE, I., (Coord.). *Percepção Estética e Públicos da Cultura*. Lisboa: ACARTE – Fundação Calouste Gulbenkian.
- SANTOS, M. L. L. dos, 1994. Deambulação pelos Novos Mundos da Arte e da Cultura in *Análise Social*. [Em linha] Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Vol. XXIX (1.º-2.º), (n.º 125-126), 417-439. Disponível em:  
<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223376769Z1oWN0eb8Ab77PG7.pdf> [consultado a 17 de setembro de 2016].
- SCOTT, J., 1990. A matter of Record: Documentary Sources in Social Reserach.

- Cambridge: Polity. *apud* BRYMAN, A., 2012. *Social Research Methods*. 4th edition. New York: Oxford University Press Inc.
- SEIXAS, M. J., maio, 2011. O Autor, esse desconhecido. [Em linha]. *Notícias. Sociedade Portuguesa de Autores*. Disponível em:  
<https://www.spautores.pt/comunicacao/noticias/o-autor-esse-desconhecido>  
 [consultado a 4 de agosto de 2016].
- SILVA, V. M. de A. e, 1983. Teoria da Literatura (vol I). Coimbra: Almedina. *apud* MARTINS, J. M., 2005. *Profissões do Livro. Editores e Gráficos. Críticos e Livreiros*. Lisboa: Editorial Verbo.
- SIMONIN, A., e FOUCHÉ, P., 1996. Comment on a refuse certains de mes livres. Contribution à une histoire sociale du littéraire. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n.º 126-27. 103-115. *apud* MEDEIROS, N., 2006. Editores e Livreiros: Que Papéis de Mediação para o Livro? 343-385. in *Estudos de Sociologia da Leitura em Portugal no Século XX*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- SOLÉ, I., 1992. Estratégias de lectura. Barcelona: Editorial Graó. *apud* VIANA, F. L. e MARTINS, M. M., 2009. Capítulo 1: Dos leitores que temos aos leitores que queremos. in RIBEIRO, Iolanda e VIANA, Fernanda Leopoldina (orgs). *Dos leitores que temos aos leitores que queremos. Ideias e projetos para promover a leitura*. Centro de Estudos da Criança - Universidade do Minho. Coimbra: Edições Almedina, Pp. 9-42.
- TOMLINSON, J., 1991. Cultural Imperialism: A critical introduction. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press, *apud* CRANE, D., 2002. Culture and globalization. Theoretical models and emerging trends. 1-21 in CRANE, D., KAWASHIMA N. e KAWASALI, K. *Global Culture. Media, arts, policy and globalization*. New York – London: Routledge.
- TORREMOCHA, P. C. C., 2009. Sociedade y Lectura. La importância de los Mediadores en Lectura. 95-104. in AAVV, 2009 *Formar leitores para ler o mundo*. Lisboa: Casa da Leitura: Fundação Calouste Gulbenkian.
- UNESCO, 2005. *Towards Knowledge Societies*. [Em linha] Paris: UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Disponível em:  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843e.pdf> [consultado a 13 de fevereiro de 2015].
- UNESCO, 2012. Measuring the Economic Contribution of Cultural Industries. A review and assessment of current methodological approaches. [Em linha] *2009 UNESCO framework for cultural statistics handbook no. 1*. Canadá: UNESCO – UNESCO Institute of Statistics. Disponível em:

<http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/FCS-handbook-1-economic-contribution-culture-en-web.pdf> [consultado a 17 de junho de 2015].

UNWIN, S., 1952. *A verdade acerca da vida editorial*. 6.<sup>a</sup> edição. Trad. Dr. José Francisco dos Santos. Porto: Livraria Civilização-Editora.

VIANA, F. L. e MARTINS, M. M., 2007. Percursos de lectura y percursos de vida. *apud*

VIANA, F. L. e MARTINS, M. M., 2009. Capítulo 1: Dos leitores que temos aos leitores que queremos. *in* RIBEIRO, Iolanda e VIANA, Fernanda Leopoldina (orgs). *Dos leitores que temos aos leitores que queremos. Ideias e projetos para promover a leitura*. Centro de Estudos da Criança - Universidade do Minho. Coimbra: Edições Almedina, Pp. 9-42.

VIANA, F. L. e MARTINS, M. M., 2009. *Capítulo 1: Dos leitores que temos aos leitores que queremos*. 9-42. *in* RIBEIRO, Iolanda e VIANA, Fernanda Leopoldina (orgs). *Dos leitores que temos aos leitores que queremos. Ideias e projetos para promover a leitura*. Centro de Estudos da Criança - Universidade do Minho. Coimbra: Edições Almedina, Pp. 9-42.

VILAR, E. R., 2007. [Em linha]. Sobre a economia da cultura. *Comunicação & Cultura*. Lisboa. 3. Pp. 131-144. Disponível em:

<http://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/10383> [consultado a 5 de fevereiro de 2015].

WIRSCHENBART, R., 2013. IPA Global – Publishing Statistics. Genebra: IPA, *apud*

NEVES, J. S. *et al.*, 2014. *Comércio livreiro em Portugal. Estado da arte na segunda década do século XXI*. Lisboa: APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.

## WEBGRAFIA CITADA

About Granta [Em linha]. *Granta*. Disponível em: <https://granta.com/about/> [consultado a 10 de janeiro de 2015].

About Granta Books [Em linha]. *Granta Books*. Disponível em:

<http://grantabooks.com/3018/Sigrid-Rausing/33> [consultado a 12 janeiro de 2015].

About Granta Magazine [Em linha]. *Granta*. Disponível em: <http://www.granta.com/About> [consultado a 10 de janeiro de 2015].

About Granta Staff [Em linha]. *Granta*. Disponível em:

<http://www.granta.com/About/Granta-Staff> [consultado a 12 de janeiro de 2015].

Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990 [Em linha]. *Portal da Língua Portuguesa*.

ILTEC – Instituto de Linguística Teórica e Computacional. Disponível em:

- <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/acordo.php>  
[consultado a 14 de outubro de 2016].
- Afonso Cruz [Em linha]. *BOOKOFFICE – A agência de serviços para autores. Biografia*.  
Disponível em: <http://bookoffice.booktailors.com/autores/afonso-cruz/>  
[consultado a 14 de outubro de 2016].
- Afonso Cruz [Em linha]. *Wook*. Disponível em:  
<https://www.wook.pt/autor/afonso-cruz/47046> [consultado a 20 de outubro de 2016].
- Afonso Cruz vence prémio Fernando Namora [Em linha]. *DN Artes*. 3 de outubro de 2016.  
Disponível em: <http://www.dn.pt/artes/interior/afonso-cruz-vence-premio-fernando-namora-5421873.html> [consultado a 20 de outubro de 2016].
- Alex Gozblau (08/2010) [Em linha]. *Centro de Documentação de Autores Portugueses. Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas. Autores*. Disponível em:  
<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/autores/Paginas/PesquisaAutores1.aspx?AutorId=12743> [consultado a 2 de outubro de 2016].
- Conselho da Europa [Em linha]. *GEPAC - Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais*. Disponível em: <http://www.gepac.gov.pt/cooperacao-cultural-multilateral/conselho-da-europa.aspx> [consultado a 10 de agosto de 2016].
- Contactos [Em linha]. *Tinta-da-China Edições - Portugal*. Disponível em:  
<http://www.tintadachina.pt/contacts.php> [consultado a 14 de janeiro de 2015].
- Decreto-Lei 26:589 (14 de maio de 1936) [Em linha]. *Diário do Governo. 1.ª Série – N.º 112*.  
Diário da República eletrónico. Disponível em:  
<http://www.dre.pt/pdf1s/1936/05/11200/05190520.pdf>  
[consultado a 30 de abril de 2013].
- Decreto-Lei 33:015 (30 de agosto de 1943) [Em linha]. *Diário do Governo. 1.ª Série – N.º 185*. Diário da República eletrónico. Disponível em:  
<http://www.dre.pt/pdf1s/1943/08/18500/05630564.pdf>  
[consultado a 30 de abril de 2013].
- Definition of digital marketing [Em linha]. *Financial Times. Lexicon*. Disponível em:  
<http://lexicon.ft.com/Term?term=digital-marketing>  
[consultado a 14 de agosto de 2016].
- DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas [Em linha].  
*Formulários – Área do Livro*. Disponível em: <http://dglab.gov.pt/>  
[consultado a 23 de junho de 2015].
- DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas [Em linha]. *História institucional*. Disponível em: <http://dglab.gov.pt/dglab-2/historia-institucional/>  
[consultado a 22 de junho de 2015].
- DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas [Em linha]. *Missão*

- e Atribuições*. Disponível em: <http://dglab.gov.pt/dglab-2/organica/missao-e-atribuicoes/> [consultado a 23 de junho de 2015].
- DGLB – Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas [Em linha]. *Missão*. Disponível em: <http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/dglb/Missao/Paginas/default.aspx> [consultado a 22 de junho de 2015].
- DGLB – Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas [Em linha]. *Programas de Apoio à Criação e Edição*. Disponível em: <http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/livro/apoios/Paginas/Apoios.aspx> [consultado a 22 de junho de 2015].
- Europa Criativa [Em linha]. *Programa Europa Criativa*. Disponível em: <http://www.europacriativa.eu/> [consultado a 9 de agosto de 2016].
- Granta Best of Young British Novelists [Em linha]. *British Council. Literature*. Disponível em: <https://literature.britishcouncil.org/project/granta-best-of-young-british-novelists> [consultado a 12 de janeiro de 2015].
- Granta Portugal [Em linha]. *Tinta-da-China. Granta*. Disponível em: <http://www.tintadachina.pt/granta/> [consultado a 11 de julho de 2013].
- Granta – The Magazine of New Writing [Em linha]. *About*. Disponível em: <https://granta.com/about/> [consultado a 18 de agosto de 2016].
- Intellectual Property [Em linha]. *WIPO*. Disponível em: <http://www.wipo.int/about-ip/en/> [consultado a 15 de fevereiro de 2015].
- ISBN e ISSN [Em linha]. *ISSN, ISBN e DOI*. Disponível em: <http://www.fc.ul.pt/en/pagina/3720/issn-isbn-e-doi> [consultado a 16 de junho de 2015].
- Jeff Bezos, 2016 [Em linha]. *Out of Print*. Disponível em: <http://outofprintthemovie.com/> [consultado a 2 de outubro de 2016].
- João Gambino [Em linha]. *LinkedIn*. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/in/joão-gambino-a494a09b> [consultado a 14 de outubro de 2016].
- José Gardezabal [Em linha]. *Jornal de Letras e Ideias*, n.º 1187, de 30 de março a 12 de abril de 2016. *PRELO. Imprensa Nacional-Casa da Moeda ao serviço da cultura*. Disponível em: <http://prelo.incm.pt/2016/04/jose-gardezabal-premio-vgm-uma.html> [consultado a 20 de outubro de 2016].
- O que é o Conselho da Europa? [Em linha]. *DGPJ – Direção-Geral da Política de Justiça*. Disponível em: [http://www.dgpj.mj.pt/sections/relacoes-internacionais/copy\\_of\\_anexos/o-que-e-o-conselho-da4586/](http://www.dgpj.mj.pt/sections/relacoes-internacionais/copy_of_anexos/o-que-e-o-conselho-da4586/) [consultado a 10 de agosto de 2016].
- Prémio Nacional de Ilustração [Em linha]. *DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos*

*e das Bibliotecas. Prémios.* Disponível em:

<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/premios/premiosAtribuidosDglb/Paginas/2014vencedor.aspx> [consultado a 20 de outubro de 2016].

Prémios [Em linha]. *DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas.*

Disponível em:

<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/premios/premiosAtribuidosDglb/Paginas/PrémioNacionalIlustracao.aspx> [consultado a 10 de agosto de 2016].

Programa do XIX Governo Constitucional 2011-2015 [Em linha]. *Governo de Portugal.*

Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/pt/o-governo/arquivo-historico/governos-constitucionais/gc19/programa-governo/programa-governo.aspx> [consultado a 10 de agosto de 2016].

Programa do XXI Governo Constitucional 2015-2019 [Em linha]. *Governo de Portugal.*

Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/pt/o-governo/prog-gc21/20151127-programa.aspx>. [consultado a 10 de agosto de 2016].

Programas de apoio à criação e edição [Em linha]. *DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas.* Disponível em

<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/livro/apoios/Paginas/Apoios.aspx> [consultado a 10 de agosto de 2016].

Regulamento de Apoio Financeiro à Edição de Obras de Novos Autores Portugueses

[Em linha]. Disponível em: <http://www.portaldaempresa.pt/NR/rdonlyres/7C9394E5-3BCF-43C7-A6DD-A06A32B05CC5/0/DespNormativo9C20033Fev.pdf> [consultado a 22 de junho de 2015].

Regulamento de Apoio Financeiro à Edição de Obras de Novos Autores Portugueses, pelo Despacho Normativo n.º 9-C/2003 de 3 de fevereiro de 2003 [Em linha]. *Portal da Empresa.* Disponível em:

<http://www.portaldaempresa.pt/NR/rdonlyres/7C9394E5-3BCF-43C7-A6DD-A06A32B05CC5/0/DespNormativo9C20033Fev.pdf> [consultado a 22 de junho de 2015].

Regulamento Prémio Literário Fundação Eça de Queiroz – 2017 [Em linha]. *DGLAB*

– *Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas.* Disponível em <http://www.feq.pt/premio-feq-edicao-2017.html> [consultado a 10 de agosto 2016].

Regulamento Prémio Literário UCCLA – Novos Talentos, Novas Obras em Língua

Portuguesa [Em linha]. *DGLAB – Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas.* Disponível em:

[http://www.uccla.pt/sites/default/files/regulamento\\_premio\\_literario\\_uccla\\_2016\\_17\\_.pdf](http://www.uccla.pt/sites/default/files/regulamento_premio_literario_uccla_2016_17_.pdf). [consultado a 10 de agosto de 2016].

Ricardo Dias Felner (10/2011) [Em linha]. *Centro de Documentação de Autores*

*Portugueses. Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas. Autores.*

Disponível em:

<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/autores/Paginas/PesquisaAutores1.aspx?AutorId=13224> [consultado a 2 de outubro de 2016].

Rohter, L., 3 September 2012. Literature in any language: Journal takes that literally

[Em linha]. *The New York Times. Books*. Disponível em:

<http://www.nytimes.com/2012/09/04/books/granta-expands-its-foreign-editions.html?pagewanted=all&r=0> [consultado a 12 de janeiro de 2015].

Royalty [Em linha]. *Investopedia*. Disponível em:

<http://www.investopedia.com/terms/r/royalty.asp>

[consultado a 15 de fevereiro de 2015].

Sandro William Junqueira (04/2013) [Em linha]. *Centro de Documentação de Autores*

*Portugueses. Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas. Autores*.

Disponível em:

<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/autores/Paginas/PesquisaAutores1.aspx?AutorId=13696> [consultado a 2 de outubro de 2016].

Sobre a Granta [Em linha]. *Tinta-da-China Edições - Granta*. Disponível em:

<http://www.tintadachina.pt/granta/history.php?tcsid=ie1ntt34ocdrkj872iu9goshs4>.

[consultado a 13 de janeiro de 2015].

Sobre ISBN e ISSN [Em linha]. *International Organization for Standardization*.

Disponível em: [www.iso.org/iso/home.html](http://www.iso.org/iso/home.html) [consultado a 16 de junho de 2015].

Susana Moreira Marques [Em linha]. *Página de Facebook. Sobre*. Disponível em:

[https://www.facebook.com/moreiramarquessusana/about/?entry\\_point=page\\_nav\\_about\\_item](https://www.facebook.com/moreiramarquessusana/about/?entry_point=page_nav_about_item) [consultado a 3 de outubro de 2016].

The Magazine of New Writing [Em linha]. *Facebook grantamag. Descrição da empresa*.

Disponível em: <https://m.facebook.com/grantamag?v=info>

[consultado a 10 de janeiro de 2015].

The Observer, 2 April 2000 [Em linha]. *The Guardian. Books. Paperbacks*. Disponível em:

<http://www.theguardian.com/books/2000/apr/02/3> [consultado a 12 de março de 2015].

Tinta-da-China [Em linha]. Disponível em: <http://www.tintadachina.pt/>

[consultado a 11 de julho de 2013].

Valério Romão (02/2014) [Em linha]. *Centro de Documentação de Autores Portugueses*.

*Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas. Autores*. Disponível em:

<http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/autores/Paginas/PesquisaAutores1.aspx?AutorId=13870> [consultado a 2 de outubro de 2016].

XX Governo Constitucional 2015 [Em linha]. *Governo de Portugal*. Disponível em:

<http://www.portugal.gov.pt/pt/o-governo/arquivo-historico/governos-constitucionais/gc20.aspx> [consultado a 10 de agosto de 2016].

## ANEXOS

### A. Figuras

#### a1. Figura 1

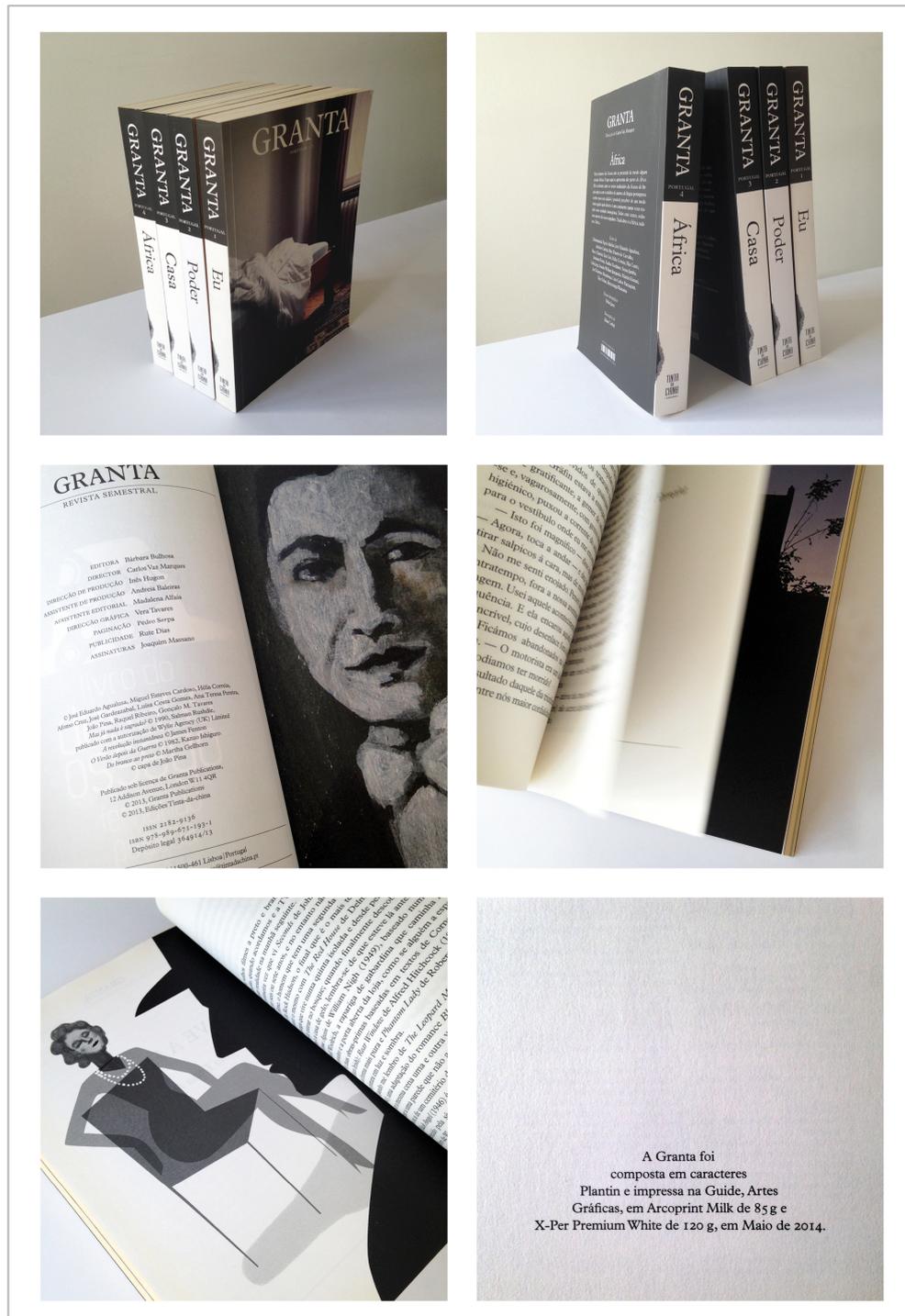


Figura 1 – O «formato livro» da revista literária *Granta*

Fonte: O presente trabalho

## a2. Figura 13

The image displays a grid of nine Facebook posts from the page 'Granta Portugal'. Each post features a header with the page name and date, followed by text announcements and various images related to the authors and their works.

- Post 1 (Top Left):** Announces illustrations for the new volume of Granta by Alex Gozblau. Includes a book cover for 'LONGE DE CASA' by Alex Gozblau.
- Post 2 (Top Middle):** Announces a story by Valério Romão 'À medida que fomos recuperando a mãe'. Includes a book cover for 'QUANDO SE PÓS O MEU IRMÃO FORA DE CASA' by Valério Romão.
- Post 3 (Top Right):** Announces a photo by Délio Jasse, finalist of the BES Photo award. Includes a photo of Délio Jasse with a camera.
- Post 4 (Middle Left):** Announces Afonso Cruz winning the National Illustration Prize. Includes a book cover for 'Capital' by Afonso Cruz.
- Post 5 (Middle Middle):** Announces Alex Gozblau's professional page. Includes a profile picture of Alex Gozblau.
- Post 6 (Middle Right):** Announces Luísa Costa Gomes, Lídia Jorge, and Sandro Willam Junqueira as finalists of the Grande Prémio de Romance e Novela APE 2014. Includes photos of the authors.
- Post 7 (Bottom Left):** Announces Susana Moreira Marques' book 'Agora e na Hora da Nossa Morte'. Includes a photo of a table with objects.
- Post 8 (Bottom Middle):** Announces José Gardesabál's 'Várias versões de uma catástrofe'. Includes a book cover for 'PRÉMIO INCM / VASCO GRAÇA MOURA - POESIA | Prelo'.
- Post 9 (Bottom Right):** Announces Tiago Rodrigues' 'Quando em Meu Mudo e Dois Pensamento'. Includes a photo of a woman in a white dress.

Figura 13 – Exemplos de publicações a respeito da atividade dos *Novos Autores* anunciadas no Facebook da *Granta Portugal*  
Fonte: O presente trabalho

## B. Guiões das entrevistas n.º 1, n.º 2, n.º 3 e n.º 4 e questionário

Apresentam-se os quatro guiões formulados para as entrevistas nos tópicos b1, b2, b3 e b4 e o questionário de apoio à entrevista n.º 4 expõe-se no tópico b5.

### b1. Guião da entrevista n.º 1 (Carlos Vaz Marques)

<b>GUIÃO DA ENTREVISTA N.º 1</b>	
<b>Entrevistado:</b> CVM (diretor da <i>Granta Portugal</i> )	<b>Local e data:</b> Lisboa, 21-10-2013
<b>Método de recolha:</b> Semidiretiva com registo áudio	<b>Assunto:</b> Apresentação da <i>Granta Portugal</i>
<b>PARTE I – A <i>Granta</i></b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Que história, conceito e filosofia tem esta revista literária?</li><li>2. John Freeman classificou a <i>Granta</i> como o «Cavalo de Troia». Quer explicar essa ideia?</li></ol>	
<b>PARTE II – O público-leitor</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>3. CVM, hoje é diretor da <i>Granta</i> portuguesa. Mas já foi assinante da <i>Granta</i> inglesa. Gostava que fizesse uma reflexão sobre a experiência enquanto leitor desta revista de textos literários.</li><li>4. Quem é o público-leitor da <i>Granta</i>? Como o define e classifica?</li></ol>	
<b>PARTE III – O projeto <i>Granta Portugal</i></b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>5. Agora, já no papel de diretor... Pergunto-lhe porquê a implementação da <i>Granta</i> em Portugal em vez da edição de uma revista literária original? E porquê agora – em 2013?<ol style="list-style-type: none"><li>5.1. Seria um processo mais complexo e ainda mais arriscado? O Estado, por exemplo, desde 2009 que mantém suspensos os apoios à edição como medida de contenção de despesas...</li></ol></li><li>6. Que espaço se propõe a <i>Granta Portugal</i> a ocupar no mercado editorial nacional? Está também a ser comercializada no Brasil?</li><li>7. Irei conversar com Bárbara Bulhosa mais a fundo sobre a «edição». Mas o CVM quer deixar um comentário sobre o que pensa sobre a edição de livros/revistas em Portugal na atualidade?</li><li>8. A <i>Granta</i> é um projeto editorial grandioso. A sua publicação foi planeada para ter quatro números semestrais entre 2013 e 2014. Como se desenrolou o projeto, desde a ideia até à concretização do mesmo – em maio de 2013?</li><li>9. Com a internacionalização da <i>Granta</i> foi criado um projeto em rede, que atua num espaço sem fronteiras e que proporciona a circulação de bens culturais e artísticos – a literatura; a cultura; os autores; a língua... Quais são os principais objetivos, desafios, responsabilidades, benefícios e riscos para a <i>Granta Portugal</i>? Que pertence a esta rede...</li><li>10. Com a compra da licença de exploração da marca <i>Granta</i>, que vínculos estão acordados entre a Tinta-da-China e a editora Granta?</li><li>11. Que resultados são esperados com a edição dos quatro primeiros números, para que seja decidida a continuidade, interrupção ou cancelamento do projeto? Em que fase prevê que essa decisão seja tomada?</li></ol>	

**PARTE IV – Conteúdos**

12. Como são desafiados os autores? Com que critérios ou particularidades são escolhidos? E, ainda, com que expectativas estão a ser aceites os desafios que lhes propõe?
13. Quem são os *Novos Autores*?
14. A seleção dos fotógrafos e dos ilustradores é também feita em função dos temas? São trabalhos publicados pela primeira vez?
15. E a parceria com os investigadores para a publicação de inéditos de autores consagrados? Qual tem sido o método de trabalho?

**PARTE V – Marketing e Comunicação**

16. Quantos assinantes previa que a *Granta* tivesse no seu 1.º ano? E quantos tem até à data?
17. Na página oficial do Facebook, a *Granta Portugal*, a 20 de outubro de 2013, tinha 20 549 seguidores – sendo que só existe há precisamente 1 ano.  
A página da *Granta* inglesa – que existe desde 2009 – tem 26 468 seguidores.  
A página da *Granta Bulgária* – que existe desde 2011 – tem 1197 seguidores.  
A da *Granta Espanha* tem 3870 seguidores. Quer comentar estes dados?
18. Como tem visto a participação dos leitores na página do Facebook?
19. E a crítica?

**PARTE VI – A editora Tinta-da-China**

20. Para concluirmos, como tem sido trabalhar com a equipa da Tinta-da-China neste projeto?  
Como estão distribuídas as funções?

## b2. Guião da entrevista n.º 2 (Bárbara Bulhosa)

<b>GUIÃO DA ENTREVISTA N.º 2</b>	
<b>Entrevistada:</b> BB (diretora da Tinta-da-China)	<b>Local e data:</b> Lisboa, 04-10-2016
<b>Método de recolha:</b> Semidiretiva com registo áudio	<b>Assunto:</b> A <i>Granta Portugal</i> , os <i>Novos Autores</i> , o público-leitor e a Tinta-da-China
<b>PARTE I – O projeto <i>Granta Portugal</i></b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Em 2013 faltava ao portefólio da Tinta-da-China a edição de uma revista literária?</li><li>2. Porquê a opção de a editora explorar um produto literário através de um contrato de franquia, em vez de editar um modelo periódico original? Que benefícios e riscos foram ponderados?</li><li>3. O que pensa sobre o intercâmbio cultural (através da literatura e também da imagem)?</li><li>4. A BB hoje é editora da <i>Granta Portugal</i>. Como foi a sua experiência enquanto leitora da publicação inglesa?</li><li>5. Estando o CVM a assumir a direção da <i>Granta Portugal</i>, em que aspetos concretos a BB intervém enquanto mediadora?</li><li>6. Atendendo a circunstâncias como a periodicidade da revista, os custos de produção, os contratos, etc., foi imperativo apostar numa estratégia de <i>marketing</i> editorial particular – por exemplo, a <i>Granta Portugal</i> desacoplou-se da página de comunicação da Tinta-da-China no Facebook para ter um espaço próprio. Também tem parceiros que anunciam em cada edição. Quer referir aspetos relevantes sobre estas e outras medidas de <i>marketing</i> e de comunicação?</li><li>7. Que espaço conquistou a <i>Granta Portugal</i> no mercado editorial nacional?</li><li>8. A edição da <i>Granta Portugal</i> implicou mudanças na estrutura e organização interna da Tinta-da-China?</li><li>9. O projeto vai ter continuidade? Com a mesma estrutura editorial?</li><li>10. Nas últimas Feiras do Livro a <i>Granta Portugal</i> destacou-se nas vendas. Atualmente, que papel tem a revista no conjunto dos livros que a Tinta-da-China edita? Ou seja, o que trouxe a <i>Granta Portugal</i> à Tinta-da-China?</li></ol>	
<b>PARTE II – Os <i>Novos Autores</i></b> <ol style="list-style-type: none"><li>11. Em termos de políticas culturais, nos últimos 10 anos os programas de incentivo às obras dos <i>Novos Autores Portugueses</i> estiveram inativos. O conceito da <i>Granta</i> confere-lhes essa oportunidade. No seu contacto com os autores, o que tem percecionado sobre o facto de ter sido aberta esta porta na edição em Portugal?</li><li>12. Após a direção da revista ter-lhes reconhecido valor e proporcionado a edição de trabalhos na <i>Granta Portugal</i>, como tem observado o rumo dos <i>Novos Autores</i>?</li><li>13. Já sucedeu a internacionalização de <i>Novos Autores</i> portugueses após terem publicado na <i>Granta Portugal</i>. Além de Valério Romão, há outros nomes saídos da <i>Granta Portugal</i>? De que forma a língua condiciona esse processo? Os trabalhos são traduzidos?</li><li>14. Em que medidas o progresso ou a estagnação dos <i>Novos Autores</i> que publicaram nos primeiros quatro números influencia a continuidade do projeto <i>Granta Portugal</i>?</li><li>15. Atendendo a que a <i>Granta</i> atua como «veículo» (a ideia do «Cavalo de Troia»), a Tinta-da-</li></ol>	

-China já acolheu algum dos *Novos Autores* que publicaram nos quatro primeiros números da revista para outros projetos editoriais pessoais ou coletivos? Quem?

16. No caso de a resposta anterior ser «sim», em que moldes se apresenta o contrato entre editora/autor («patentes», «direitos autorais», «franquias»...)?
17. Enquanto editora, já nota indícios de nomes de *Novos Autores* que possam vir a ter um desenvolvimento de carreira?
18. Nos últimos três anos, que «espaço» considera que os *Novos Autores* conquistaram na edição de livros em Portugal? E na edição (em geral), que transformações considera que sucederam?
19. Considera que os festivais literários, no âmbito nacional, têm sido relevantes para propagar os nomes e trabalhos dos *Novos Autores*?

### **PARTE III – O público-leitor**

20. Os leitores fiéis à Tinta-da-China acolheram, naturalmente, a *Granta Portugal*. E em relação à *Granta Portugal* ter suscitado o interesse de outros leitores por edições do portefólio da Tinta-da-China? Tem essa perceção?
21. O público-leitor tem aceitado os *Novos Autores*? De que forma tem demonstrado esse reconhecimento? E a crítica? E os média?
22. Quando entrevistei o CVM em 2013, a página da *Granta Portugal* no Facebook tinha 20 549 seguidores. Hoje (4 de outubro de 2016) contabiliza 40 191. Relativamente ao número de assinantes, em 2013 tinha 1250, e atualmente? Quer comentar estes números?

### **PARTE IV – A editora Tinta-da-China**

23. O sociólogo e autor Irving Horowitz (1986) disse que «*uma editora é definida não apenas pela informação que publica mas também pela que não publica*». O que é que a Tinta-da-China não publica?
24. Desde 2005, com que visão estratégica tem sido feita a gestão editorial? Pode fazer uma caracterização? Houve mudanças impostas pelo mercado ou por outros fatores? Quais?
25. Em 2012, a Tinta-da-China afiliou-se como editora no Brasil. Quer enunciar os motivos desta expansão e descrever as principais características do projeto?
26. Além de editar, a Tinta-da-China proporciona algum tipo de apoio aos autores através de, por exemplo, um serviço de consultoria editorial?
27. Para concluirmos, quer acrescentar algum aspeto que não abordámos anteriormente?

### b3. Guião da entrevista n.º 3 (Carlos Vaz Marques)

<b>GUIÃO DA ENTREVISTA N.º 3</b>	
<b>Entrevistado:</b> CVM (diretor da <i>Granta Portugal</i> )	<b>Local e data:</b> Lisboa, 04-10-2016
<b>Método de recolha:</b> Semidiretiva com registo áudio	<b>Assunto:</b> Considerações/resultados sobre as edições 1, 2, 3 e 4 da <i>Granta Portugal</i>
<b>PARTE I – Os resultados do projeto <i>Granta Portugal</i></b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. O projeto <i>Granta Portugal</i> prossegue. Visto que passaram três anos desde que teve início, que leitura faz sobre os resultados obtidos com a edição dos quatro primeiros números?</li><li>2. Hoje, enquanto diretor da revista, reveria alguma particularidade nessas primeiras edições?</li><li>3. Das edições número 1, 2, 3 e 4 da revista quer destacar alguma reação particular – que tenha ocorrido junto dos leitores, dos média ou dos críticos literários, etc.?</li></ol>	
<b>PARTE II – Os <i>Novos Autores</i></b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>4. Como avalia a aposta na seleção de trabalhos dos <i>Novos Autores</i>?</li><li>5. Após ter-lhes reconhecido valor e proporcionado a edição dos seus trabalhos na <i>Granta Portugal</i>, como tem observado o rumo dos <i>Novos Autores</i>? A ideia do «Cavalo de Troia» (enquanto «veículo») tem resultado?</li><li>6. Já sucedeu a internacionalização de <i>Novos Autores</i> portugueses após terem publicado na <i>Granta Portugal</i>. Além de Valério Romão há outros nomes que ressaltaram a partir da <i>Granta Portugal</i>? De que forma a língua condiciona esse processo? Os trabalhos são traduzidos?</li><li>7. Nos últimos três anos, que «espaço» considera que os <i>Novos Autores</i> conquistaram na edição de livros em Portugal? E na edição em geral, que transformações considera que sucederam?</li></ol>	
<b>PARTE III – A estratégia editorial</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>8. A partir da edição do n.º 5 houve alguma mudança na estratégia editorial da revista <i>Granta Portugal</i>? Qual?</li><li>9. Na entrevista n.º 1 (a 20 de outubro de 2013), a página da <i>Granta Portugal</i> no Facebook tinha 20 549 seguidores. Hoje (4 de outubro de 2016) contabiliza 40 193. E relativamente ao número de assinantes... Em 2013 disse-me que tinham 1250. Houve um crescimento significativo?</li><li>10. Estes números indiciam que o projeto vai continuar... Confirma? Mantém-se a periodicidade semestral e a estrutura?</li><li>11. Além da direção da <i>Granta Portugal</i> e da coleção «Literatura de Viagens» para a Tinta-da-China tem novos projetos editoriais «na manga»? Por exemplo, a edição da <i>Granta</i> com «Os Melhores Jovens Escritores Portugueses», à semelhança do que acontece em Inglaterra, com a edição da <i>Granta: Best of Young British Novelists</i>?</li><li>12. Para concluirmos a entrevista, quer acrescentar algum aspeto que não abordámos anteriormente?</li></ol>	

**b4. Guião da entrevista n.º 4 (Novos Autores)**

<b>GUIÃO DA ENTREVISTA N.º 4</b>	
<b>Entrevistados:</b> <i>Novos Autores</i> (de texto e imagem)	<b>Data:</b> Setembro de 2016
<b>N.º total de <i>Novos Autores</i> contactados:</b> 12	<b>N.º total de <i>Novos Autores</i> entrevistados:</b> 10
<b>Método de recolha:</b> <i>não-diretiva</i> , por e-mail	<b>Assunto:</b> Participação na <i>Granta Portugal</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Como surgiu a possibilidade de publicar na <i>Granta Portugal</i>?</li> <li>2. Que impacto teve na sua atividade a participação na <i>Granta Portugal</i>?</li> <li>3. Tem algum vínculo à editora Tinta-da-China? E a outras editoras? Quais?</li> <li>4. Já beneficiou de programas de apoio à edição de obras? Quais?</li> <li>5. A sua atividade enquanto <i>autor(a)</i> está centrada em Portugal ou também é internacional?</li> <li>6. Qual a sua nota biográfica? Que aspetos destaca?</li> </ol>	

**b5. Questionário de caracterização dos entrevistados (da entrevista n.º 4)**

<b>QUESTIONÁRIO AOS <i>NOVOS AUTORES</i></b>	
<b>Inquiridos:</b> <i>Novos Autores</i> (de texto e imagem)	<b>Data:</b> Setembro de 2016
<b>N.º total de <i>Novos Autores</i> contactados:</b> 12	<b>Objetivo:</b> Questionário de apoio à entrevista n.º 4
<b>N.º total de <i>Novos Autores</i> inquiridos:</b> 10	
<b>Método de recolha:</b> <i>não-diretiva</i> , por e-mail	<b>Assunto:</b> Caracterização dos entrevistados
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nome de autor .....</li> <li>2. Nacionalidade / naturalidade .....</li> <li>3. Género .....</li> <li>4. Idade .....</li> <li>5. Formação académica .....</li> <li>.....</li> <li>6. Formação profissional .....</li> <li>7. Atividade profissional .....</li> <li>.....</li> <li>8. Formação académica e atividade profissional parental .....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>9. Outros dados que considere relevantes sobre a sua formação / atividade .....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> </ol>	

### C. Transcrição das entrevistas *semidiretivas*

Expõe-se cronologicamente a transcrição integral das entrevistas *semidiretivas* realizadas para o estudo apresentado. Ressalva-se que estão superficialmente editadas e não seguem qualquer tipo de «norma de transcrição».

#### c1. Transcrição da entrevista n.º 1

<b>Tipo de documento:</b> Transcrição de entrevista	<b>Número:</b> 1
<b>Método de recolha:</b> Semidiretiva com registo áudio	<b>Local e Data:</b> Lisboa, 21-10-2013
<b>Assunto:</b> Apresentação da <i>Granta Portugal</i>	<b>Duração:</b> 01:19:27
<b>Entrevistado:</b> CVM (diretor da <i>Granta Portugal</i> )	<b>Entrevistadora:</b> RSG (mestranda)
<b>Data da transcrição:</b> 08-12-2013	<b>Última edição:</b> 06-12-2014

#### PARTE I – A *Granta*

**RSG(1):** Que história, conceito e filosofia tem esta revista literária?

**CVM(1):** A história e o conceito são originários da «*Granta-mãe*», de Inglaterra. E foi a partir daí que fizemos a *Granta* portuguesa. Ou seja, a *Granta* tem mais de um século em Inglaterra. Depois teve um interregno – começou como uma revista de estudantes, teve um interregno durante o século XX e, a partir dos anos [19]70 foi reativada como revista especificamente literária.

**RSG(2):** Portanto, mudou de conceito.

**CVM(2):** Mudou de conceito, tornando-se uma revista de carácter literário. E nessa altura tornou-se uma revista importante – com relevo no panorama literário inglês –, pela ação do primeiro editor, que foi Bill Buford, e pela capacidade que teve de pôr a escrever na *Granta* autores que eram pouco conhecidos ou mesmo desconhecidos e que vieram a revelar-se autores importantes. E essa, digamos, foi a ignição para a revista se tornar importante. Portanto, o conceito era, nessa segunda vida da *Granta* – a partir dos anos [19]70 –, o de uma literatura que tinha alguma relação com a reportagem literária, ou seja, contava histórias – que é a ideia que ele (Bill Buford) enfatizava muito, juntando numa mesma edição autores já conhecidos e autores pouco conhecidos. De *grosso modo* é este o conceito. É um conceito que vingou e que ao longo de mais de três décadas mostrou resultados e é nesse mesmo conceito que nós também pegámos para fazer a *Granta* portuguesa. Com uma variante aqui, que é a de termos não só os autores portugueses que convidamos, ou de língua portuguesa – nalguns casos podemos alargar a outros espaços da língua portuguesa –, mas também autores ingleses – autores da edição original, onde vamos buscar textos que já foram publicados, que são aqui republicados e que estavam inéditos em português.

**RSG(3):** O anterior editor, John Freeman, classificou a *Granta* como o «Cavalo de Troia». Quer explicar esta ideia?

**CVM(3):** Sim. A ideia do «Cavalo de Troia» é engraçada e tem a ver justamente com aquele pressuposto do conceito, segundo o qual se juntam autores conhecidos e menos conhecidos. «Cavalo de Troia» nesse sentido. O episódio é conhecido... O «Cavalo de Troia» leva lá dentro...

**RSG(4):** É um veículo...

**CVM(4):** É um veículo que faz passar, no caso, guerreiros incógnitos [risos], e fá-los penetrar nas muralhas. Aqui as muralhas seriam o reconhecimento literário e a *Granta* permite que alguns jovens guerreiros da literatura, desconhecidos, consigam penetrar nessas muralhas de reconhecimento e passem a ser conhecidos... Levados por esse veículo que é a *Granta* e pelo reconhecimento que a revista tem, tendo a participação de autores mais conhecidos. Portanto, juntar aqui autores mais conhecidos e menos conhecidos para dar esse impulso a autores que, de outra forma, provavelmente, não teriam reconhecimento.

**RSG(5):** É uma boa comparação. [risos] CVM, hoje é diretor da *Granta* portuguesa. Mas já foi assinante da *Granta* inglesa. Gostava que fizesse uma reflexão sobre a sua experiência enquanto leitor desta revista.

**CVM(5):** Esta revista teve um papel importante na minha vida enquanto leitor, porque foi num período em que estava a trabalhar – ainda trabalho na TSF (Rádio Notícias portuguesa) – mas estava numa área do jornalismo mais impessoal, digamos assim... de notícia, de reportagem do imediato. E a *Granta* permitiu-me descobrir uma forma de aproximação ao jornalismo (a *Granta* não é só jornalismo), mas a um jornalismo literário com uma presença mais forte, pelo menos, de uma visão pessoal – que estava arredada de quem estava a fazer notícias num noticiário de rádio, ou de quem estava a fazer reportagens do quotidiano. E nesse sentido foi importante para mim. Também o foi para descobrir autores que, de outra forma, não teria descoberto. Abriu-me muitos horizontes, nomeadamente, na área do jornalismo literário. Falo, por exemplo, do Ryszard Kapuściński, que descobri na *Granta*, e valorizo muito. Sobretudo é essa descoberta da possibilidade de ter um olhar sobre o mundo, com um grau de subjetividade que eu pensava que só era possível na literatura, e descobri que também era possível na reportagem. Mas isto é uma leitura muito pessoal, porque é uma abordagem de alguém que fazia jornalismo. Que estava no jornalismo, como «nós» dizemos... «estava no batente», e que de repente começou a aperceber-se de que havia formas de abordar os factos de um ponto de vista que poderia ser mais pessoal.

**RSG(6):** Cada leitor terá a sua experiência...

**CVM(6):** Exato. Outros leitores poderão valorizar a ficção e outros elementos da revista, como o portefólio fotográfico (que é também uma marca da *Granta*), etc. Mas no meu caso foi essa a experiência que me interessou e marcou mais.

## **PARTE II – O leitor**

**RSG(7):** Então quem é o público-leitor da *Granta*?

**CVM(7):** É uma boa pergunta, embora eu não possa dar-lhe uma resposta muito clara, porque... Ou melhor, posso dar-lhe uma resposta intuitiva, mas não com base nos factos. Há uma base que é a de leitores com interesse pela literatura. Claramente, acho que é a grande motivação. Agora... Como é que as pessoas com interesse literário se aproximam da *Granta*? É algo a que não sei ainda responder... Porque há dois tipos de público. Há um público que eu diria ser muito mais entusiástico, que são os assinantes, e há um público mais difuso, que é o que compra nas livrarias e que tem outro tipo de reação – porque compra depois de folhear, eventualmente. E depois de olhar para os nomes que estão em cada número...

**RSG(8):** Os assinantes não sabem quem são...

**CVM(8):** Não sabem. Por acaso, voltando um passo atrás, uma das coisas que me agradava muito na *Granta*, e por isso fiz muito finca-pé para que nós tivéssemos assinantes e que fossem tratados de uma forma especial – no sentido de receberem a revista antes de ela chegar às livrarias, e sem haver revelação de muitos nomes –, tem a ver com a minha experiência enquanto leitor. Daquilo que mais gostava, e acho que se perdeu muito, era receber a revista sem saber exatamente o que lá vinha e depois descobrir. Descobrir por mim! E hoje em dia nós temos muita dificuldade de descobrir por nós próprios, o que quer que seja... Vamos ao cinema e já lemos o comentário. Já vamos ver o filme sabendo mais ou menos qual é a trama... E perdemos um bocadinho aquela espontaneidade da nossa análise pessoal.

**RSG(9):** Pelo menos os assinantes têm tido essa experiência...

**CVM(9):** Exato. Nós damos três pistas para divulgar, para chamar a atenção, mas depois sobre a maioria dos textos não há nenhuma referência, justamente para o leitor poder descobri-los.

**RSG(10):** Essas pistas acabam por funcionar mais com o outro público...

**CVM(10):** Sim. Funcionam mais para chamar a atenção para a revista. Estamos num mundo em que é preciso ter visibilidade. E nós não conseguimos visibilidade dizendo só: *Granta*! Temos de dar mais qualquer coisa... No n.º 1 os sonetos de Fernando Pessoa foram a âncora. Mas o prazer da descoberta é algo que me parece ser um dos trunfos que a revista pode ter, pelo menos para as pessoas que apostam nela e à partida já lhe dão credibilidade.

**RSG(11):** Confiam...

**CVM(11):** Exato. Já há uma confiança.

## **PARTE III – O projeto *Granta Portugal***

**RSG(12):** Agora no papel de diretor... Pergunto-lhe porquê a implementação da *Granta* em Portugal em vez da edição de uma revista literária original?

**CVM(12):** Por duas razões: a primeira é a rede de segurança que a *Granta* nos oferecia,

porque à partida tínhamos textos extraordinários de um baú que em Portugal nunca tinha sido publicado, e que, na minha opinião, aqueles textos que nós temos publicado e nunca tinham tido tradução portuguesa merecem ser lidos pelos leitores portugueses. E isso era uma garantia de segurança...

**RSG(13):** A estrutura já está montada...

**CVM(13):** Isso é o segundo aspeto. O primeiro é: há textos (da *Granta* original) que nunca tinham sido publicados em Portugal. O outro é haver uma estrutura, digamos... um formato que já deu provas, e que portanto... tinha o valor acrescentado de ser uma garantia para as pessoas que sabem o que é a *Granta* inglesa. Se eu lhe chamasse outra coisa qualquer, em português, não oferecia à partida essa garantia...

**RSG(14):** Já vem com referências...

**CVM(14):** Já vem com referências. Mas sobretudo, o principal aqui, é o facto de termos à disposição textos ótimos e que não poderíamos publicar de outra maneira.

**RSG(15):** E que espaço se propõe a *Granta* a ocupar no mercado editorial nacional?

**CVM(15):** É o espaço que nos derem... [risos] Ou seja, não há uma resposta certa para isso. O espaço é aquele que formos conquistando. É tentar o mais possível chegar às pessoas e fazer um bom trabalho. Manter a fasquia elevada em termos de qualidade e depois as pessoas responderão... O mercado são pessoas! Não é? Ou seja, o mercado não é uma coisa abstrata. Nós, pelo menos, não o encaramos assim. Por isso é que temos uma página no Facebook e respondemos diretamente às pessoas. Porque a ideia do mercado em abstrato é uma ideia do *marketing* que tem razões da psicologia social – razões que se entendem, porque de facto há uma massificação e as organizações tendem a «olhar para o bolo em *grosso modo*» –, mas aquilo que me dá prazer e é uma das marcas que distingue a Tinta-da-China, é o desejo de trabalhar com pessoas concretas e de receber respostas de pessoas concretas. Eu gosto de saber que «aquele tipo» «gostou», e que «aquela» pessoa «gostou mais deste texto do que daquele»... E isso para mim é o mais valioso. O meu objetivo não é propriamente trabalhar para trazer... «Ah! Um milhão de pessoas!» [...] Claro que se for um milhão, eu sei que são um milhão de indivíduos. Nunca confundo isso com uma massa anónima e amorfa. Interessa-me muito a reação e a aproximação a cada leitor. Mas também me interessa que a revista tenha um número de leitores suficiente para poder vingar e afirmar-se. Mas entre o ter um número suficiente de leitores para poder existir e ter uma massa amorfa...

**RSG(16):** Interessam-lhe mais os leitores competentes...

**CVM(16):** Os leitores competentes e concretos.

**RSG(17):** Irei conversar com a Bárbara Bulhosa, mais em detalhe, sobre a «edição». Mas o CVM quer deixar um comentário sobre o que pensa sobre a edição de livros/revistas em Portugal, na atualidade?

**CVM(17a):** Assim, genericamente, não sei. Mas em particular, um dos traços da Tinta-da-

-China, e por extensão – porque estou muito ligado à Bárbara Bulhosa, com quem tenho grande afinidade de trabalho a esse nível –, há uma coisa que para nós é fundamental: «Não vamos baixar a fasquia para chegar mais longe.»

*Enquanto procura exemplares na estante.*

**CVM(17b):** Podíamos fazer as capas dos livros da Tinta-da-China numa cartolina mais barata e o miolo num papel menos bom, mas não era a mesma coisa. Temos um trabalho graficamente cuidado. E na *Granta* o princípio é o mesmo. E acho que isso se nota e as pessoas reconhecem. Os livros da «Coleção de Viagens», por exemplo, em vez de terem a capa dura podiam ser simplesmente cartonados... Se nós fizermos economias de escala e começarmos a pensar «isso fica muito mais barato se...» [...] Mas decidimos que aquele era o padrão de qualidade e mantemos. E isso é uma coisa que só pode funcionar, acreditamos nós... «à la longue». No curto prazo é mais fácil fazer umas contas e pensar que, se poupar no papel, ou se poupar na revisão... Mas depois não era a Tinta-da-China. E agora chega o meu comentário mais abrangente... Tenho visto alguns editores desaparecerem por causa disto. Porque não foram distintivos em nada. Há nichos de mercado e há áreas em que o grau de exigência é diferente. E nós trabalhamos para um público que é especialmente exigente a todos os níveis. Ao nível dos conteúdos, ao nível da qualidade gráfica, ao nível da qualidade dos materiais, etc. Portanto, é isso ou descaracterizarmo-nos. E na *Granta* acontece a mesma coisa. Na *Granta* podíamos não ter o portefólio fotográfico, por exemplo. Alguém dava por isso? Acho que dava. Podíamos ter outro papel, porque este é caro – é o papel usado na impressão da *Granta* inglesa –, não se fabrica cá. Há umas particularidades...

**RSG(18):** São pormenores...

**CVM(18):** Mas isto também se ganha com os pormenores. E é esse o nosso princípio. O Lobo Antunes cita um provérbio húngaro com muita graça, que é assim: «Todo o bocadinho acrescenta, disse o rato. E fez chichi no mar.» [risos]

**RSG(19):** [risos] A *Granta* é um projeto editorial grandioso. A sua publicação foi planeada para ter quatro números semestrais entre 2013 e 2014. Como se desenrolou o projeto, desde a ideia até à concretização?

**CVM(19):** Desenrolou-se à velocidade da luz. Isto tem uma história engraçada, porque a Bárbara Bulhosa desafiava-me há muito tempo para fazermos uma revista. E eu achava a ideia louca... Mas, há três ou quatro anos fui ao Brasil e vi lá a *Granta* brasileira. Voltei todo entusiasmado (não sabia que havia «*Grantas*» nos outros países...) e disse-lhe: «Nós devíamos era fazer a *Granta*!» Porque percebi que tinham a possibilidade de ir buscar textos à *Granta* original e de fazer aquele *mix* de *Granta* «local» com *Granta* «original». A ideia era gira... Mas o assunto ficou por ali. Até que, há cerca de dois anos (em 2012), a Bárbara foi à FLIP (Festa Literária Internacional de Paraty) e estava lá o John Freeman no lançamento da edição dos «20 Melhores Autores Brasileiros». A Bárbara Bulhosa reconheceu-o, apresentou-

-se e deu-lhe o catálogo da Tinta-da-China – que foi logo elogiado (também porque já conhecia muitos dos títulos) – e disse-lhe que já tinha pensado editar a *Granta* em Portugal. Ao que o John Freeman respondeu: «Nós também gostávamos. Estamos a expandir... Porque não?» A Bárbara regressa e liga-me a dizer: «Não vais acreditar! Vamos fazer a *Granta*!» E a partir daí a ideia concretizou-se. Foi trabalho...

**RSG(20):** Quer dizer que num ano foi feito o plano para os quatro primeiros números?

**CVM(20):** Exato. O contrato com a *Granta* inglesa era de quatro números. Também porque queríamos testar... Se nos arruinássemos em quatro números era uma coisa, se nos arruinássemos «à la longue» era outra. Até por causa das garantias que dávamos a quem assinava (começámos logo a pensar nesse mecanismo das assinaturas...). Depois correu tão bem a primeira *Granta* que, entre a edição do primeiro e do segundo número, falámos com a *Granta* inglesa e as duas partes querem continuar... Entretanto, juntamente com o segundo número já enviámos uma carta aos assinantes a referir essa questão. (Este é um dos canais...) Portanto, para os assinantes nacionais enviámos a *Granta* e uma oferta (um livro de um autor catalão, Jaume Cabré), e para os assinantes no estrangeiro, como isso encareceria imenso em termos de portes, enviámos apenas uns pequenos cadernos (e a carta tem essa pequena variante das ofertas).

**RSG(21):** Aconteceu o mesmo no envio do n.º 1?

**CVM(21):** Com o n.º 1 enviámos a *Granta* com uma carta personalizada. Neste momento temos 1250 assinantes. Mas decidimos escrever o nome de cada um «à mão» e assinámos – eu e a Bárbara Bulhosa. As pessoas valorizam muito isso... Houve muita gente que depois nos enviou *e-mails*. Essa personalização e essa aproximação, por um lado, tem um valor de *marketing*, mas por outro é genuíno e tem a ver com aquilo de nós não querermos propriamente uma massa de leitores ou compradores. Nós queremos leitores e queremos pessoas com quem possa haver uma proximidade.

**RSG(22):** Quais são os principais objetivos, desafios, responsabilidades, benefícios e riscos para a *Granta Portugal*?

**CVM(22):** Vamos por partes. Objetivos... Conseguirmos manter, por um lado, a qualidade dos textos que publicamos e, na medida do possível, irmos encontrando e dando a conhecer *Novos Autores*. No n.º 1, Valério Romão, que era um nome desconhecido, tornou-se conhecido para muita gente. E em cada número, se pudermos ajudar – seguindo o tal princípio do «Cavalo de Troia» –, dar visibilidade a autores em quem apostamos... Um objetivo passa por aí, o outro passa por manter o tal patamar de qualidade. Desafios... Os objetivos e os desafios andam a par... Porque o desafio é conseguirmos encontrar autores, convidando-os, desafiando-os, pedindo-lhes textos... E depois no trabalho de edição tem havido conversa com os autores, porque também há textos que não servem... As responsabilidades têm a ver com o facto de a *Granta* ter um nome de prestígio e portanto

temos a responsabilidade de manter o tal nível de qualidade intocada. Melhorar, se possível.

**RSG(22a):** Benefícios e riscos...

**CVM(22a):** Benefícios para a *Granta*?... Para nós?... Se nos tornássemos multimilionários com isto... [risos] Mas não é provável, pois não? O benefício é podermos fazer aquilo que gostamos de fazer, mantendo as contas equilibradas, claro. Riscos... Há um risco grande... Estando a revista no mercado, se não houver quem a compre... não subsiste. O risco maior é esse. Mas neste momento temos uma boa rede de segurança, que são os 1250 assinantes, e portanto, à partida, está mais ou menos paga a edição.

**RSG(23):** Há pouco disse que a edição vai ser prolongada para além destes quatro números...

**CVM(23):** Foi por causa do número de assinantes.

**RSG(24):** Agora saiu o n.º 2 (é muito recente), mas o n.º 1 correu bem...

**CVM(24):** Correu muito bem. Mas não me iludo em relação ao facto de o n.º 1 ser aceite. O n.º 1 tem sempre uma procura maior que qualquer outro seguinte. Por isso, há que distinguir aquilo que é o mérito da própria revista e aquilo que é o facto de ser uma novidade. Se o nosso patamar médio fosse metade daquilo que fizemos no n.º 1 – que foram 7000 exemplares –, era excelente.

**RSG(25):** Foi reimpresso...

**CVM(25):** Foi. Quatro vezes. Portanto... 1250 assinantes... e se vendêssemos 2250...

**RSG(26):** A tiragem é de...

**CVM(26):** A nossa primeira tiragem foi 2000. Agora fizemos 5000.

**RSG(27):** Já houve um ajuste...

**CVM(27):** Sim. Fizemos já com uma margem... Se conseguirmos manter pelo menos metade... Os tais 3500-4000 em cada número, seria muito bom.

**RSG(28):** Sabe que, quando comprei a *Granta* n.º 2, uma outra cliente da livraria chamou-me a atenção, porque estava prestes a pagar um livro quando reparou na *Granta* – exposta no balcão de pagamento –, e disse, muito entusiasmada, para o funcionário: «Ahhh! Já saiu a *Granta*! Também levo!»

**CVM(28):** Isso é excelente! Essa reação interessa-me. Como a primeira correu bem, nós temos a sorte de os livreiros estarem a destacá-la. É muito importante. Este jogo de exposição é onde muitas vezes se ganha mais ou menos capacidade de sobrevivência.

**RSG(29):** A próxima questão tem a ver com os vínculos acordados entre a Tinta-da-China e a *Granta-mãe*. Já falámos da possibilidade de se utilizarem os textos publicados na *Granta* original...

**CVM(29):** Exato. A única «obrigação» que temos é fazermos cerca de metade da revista com conteúdos nossos e a outra metade com conteúdos da *Granta-mãe*, ou... (eles também põem esta hipótese), de serem das «*Grantas*» de outras línguas. Podemos ir buscar textos à brasileira, à italiana, à espanhola, etc. E depois há uma cláusula geral, que diz que não

podemos pôr em causa a qualidade da marca, genericamente... Para além disso, temos um *fee* para cada número, e pagamos também cada texto. Ou seja, temos que saber de quem são os direitos dos textos. Alguns são da *Granta*, mas muitos deles foram vendidos à *Granta* para aquela edição específica e os direitos são de um agente do autor. Portanto, temos que negociar caso a caso. E o valor varia consoante os autores. Uns são mais caros... Temos que negociar com as agências que os representam. As principais «obrigações» são estas. E respeitar o grafismo, usar o mesmo logótipo, manter o formato, o *lettering*... Mas é uma cláusula geral.

**RSG(30):** Voltando à questão sobre a continuidade da revista... O que é que ficou acordado? Haver mais quatro números?

**CVM(30):** Não ficou definido, ainda. Não sei em que termos está. É uma questão burocrática. Aquilo que para já ficou definido foi que iríamos estender. Tínhamos de ter essa garantia e autorização para comunicarmos aos assinantes.

**RSG(31):** E irá continuar a ser semestral?

**CVM(31):** Sim. Não temos planos para alterar isso. Não temos a estrutura da inglesa para ser trimestral.

#### **PARTE IV – Conteúdos**

**RSG(32):** Porquê os temas «EU»; «PODER»; «CASA» e «ÁFRICA»? Podemos falar só sobre os dois primeiros nesta fase... Como preferir...

**CVM(32):** Posso falar de todos... O «ÁFRICA» é, muito claramente, uma ideia de chamar também o espaço lusófono para a *Granta* portuguesa. Há aí uma intenção de alargar um bocadinho o horizonte, para não ficar uma coisa exclusivamente portuguesa. «CASA» porque acho que é um tema interessante. Os temas têm que ser relativamente vagos e abrangentes. E sugestivos! É a ideia que tenho...

**RSG(33):** Portanto, é o CVM que escolhe os temas...

**CVM(33):** Sim, sou eu. Isto funciona também como um desafio aos autores. Por exemplo... Gostava que o Mário de Carvalho escrevesse um texto sobre a «CASA»... ou o Agualusa sobre o «PODER» (tendo em vista a questão angolana...). Digamos que é este exercício que me motiva para os temas.

**RSG(34):** Isso significa que os conteúdos são construídos a partir do tema proposto? Mesmo o portefólio?

**CVM(34):** São. Mesmo o portefólio. Também é pedido, encomendado, em função do tema («Temos este tema... Interpreta como entenderes...»). Nalguns casos, se tenho uma ideia... Digo à pessoa porque estou a convidá-la... Digo-lhe porque me lembrei dela para aquele tema... Mas isto é apenas uma forma de acrescentar um estímulo.

**RSG(35):** É uma forma de desafiar os autores... E, para além disso, há outros critérios ou particularidades da escrita para que sejam escolhidos?

**CVM(35):** Os critérios passam, por um lado, pelo reconhecimento de que esse autor tem qualidade. Também já me enganei! Convidei e depois tive de recusar o texto... Não foi publicado. E noutros casos, convidado... por este ou aquele autor se ajustar mais ao tema... por qualquer razão. Mas há aqui um elemento de gosto que é incontornável... Não é o critério único para convidar um autor... Mas não convidar um autor que, do ponto de vista literário, para mim não tenha interesse. Há uma avaliação.

**RSG(36):** Mas no caso dos *Novos Autores*... que podem não ter textos publicados, como é que funciona a seleção?

**CVM(36):** Nesses casos pode não funcionar como convite. Estou a receber imensas coisas... E se identifico qualidade (mesmo não conhecendo), publico. Como já aconteceu. Mas a maior parte das coisas que recebo não são boas... Ou, não acho que sejam boas! [risos] Mas sou eu que estou nesta posição... Se fosse outro, o critério variava... Não escondo que há aqui um aspeto de gosto pessoal. E sou o mais frontal possível nessa matéria, para ser o mais honesto possível. Ou seja, há aqui uma componente que tem a ver com o facto de valorizar mais um texto do que outro, por uma questão de gosto.

**RSG(37):** Quando o CVM convida... com que expectativas os autores aceitam o desafio?

**CVM(37):** Até agora tem corrido muito bem. Não tive nenhuma recusa. O n.º 3 já está a ser escrito. Já estão os convites todos feitos. Uma boa parte das pessoas já conhecia a *Granta* inglesa, outra parte conhece-me a mim, e encaram isto como um desafio interessante. Alguns autores também conheço pessoalmente, e acho que sabem que podem contar com uma relação clara e transparente. E a revista tem um prestígio associado... E nenhum autor rejeita.

**RSG(38):** Já me disse que a seleção dos fotógrafos/ilustradores é também feita em função do tema. Portanto, esses trabalhos nunca foram publicados (mostrados)...

**CVM(38):** Sim. São originais. São trabalhos feitos de raiz para a *Granta*.

**RSG(39):** E a parceria com investigadores para a publicação de inéditos de autores consagrados... Qual tem sido o método de trabalho?

**CVM(39):** Pelo Jerónimo Pizarro – que já conhecia –, sabia que há coisas do Pessoa. Ele diz, publicamente, que quase toda a poesia manuscrita do Pessoa está por publicar. A poesia inglesa do Pessoa também... etc. Então disse-lhe que gostava muito de ter um núcleo de inéditos que fizesse sentido. Lembrou-se destes sonetos e eu achei aquilo extraordinário. É de facto uma coisa valiosa. No caso do Jorge de Sena... Pensei nele como um autor para o tema «PODER», e fui falar com o Jorge Fazenda Lourenço, que é o investigador mais dedicado à sua obra, e ele falou com a viúva do Jorge de Sena – que é a depositária dos papéis –, e propuseram-me aquele núcleo de cartas com o Drummond de Andrade. Achei aquilo muito engraçado. Até porque tinham uma novidade, que era aquele prémio... Aquela relação epistolar (ou uma boa parte dela) tem a ver com o facto de o Jorge de Sena ser jurado de um prémio literário – que na altura era muito importante –, a «antecâmara do Nobel», e de ter

proposto ser o Drummond a receber o prémio. Então, uma parte das cartas é «má-língua» sobre os processos de seleção, de premiação, etc. [risos] Tem tudo a ver com o «poder literário». E tem valor. Até já pus no Facebook da *Granta* a notícia que a *Folha de São Paulo* fez sobre isso! [risos] Fiquei todo contente!

## **PARTE V – Marketing e Comunicação**

**RSG(40):** Que estratégias de *marketing* e de comunicação foram estabelecidas para os meses anteriores e próximos ao lançamento da *Granta* n.º 1?

**CVM(40):** A estratégia tem sido mais ou menos a mesma, sendo que no primeiro número estávamos a tratar de uma novidade. Passou muito pelo Facebook. Foi um bom instrumento (porque não tínhamos dinheiro para publicidade), e o Facebook é um instrumento em rede... Havendo a sorte de gerar partilha, acaba por alcançar muita gente. E isso aconteceu. Depois foi engraçado... O desafio proposto aos seguidores – de nos enviarem fotografias – pegou! Estranhamente... não sei explicar. Não esperava que aquilo tivesse o efeito que teve. E esse efeito replicador – embora tenha irritado algumas pessoas (li num *blog* que a *Granta* parecia a «Anita»: «A *Granta* na Praia», «A *Granta*...») – teve muita participação. Agora, com o n.º 2, as pessoas continuam a enviar-nos fotografias... É bom. As pessoas sentem-se ligadas. Há uma espécie de comunidade.

**RSG(41):** E nessa fase o CVM também deu muitas entrevistas...

**CVM(41):** Sim. Na altura tive sorte de ter havido muito interesse... Aquela «mensagem» de, em contraciclo, arriscar... (numa altura em que estamos em crise) resulta. «Ahh... estes tipos estão a fazer uma coisa... Quando está tudo deprimido e andam todos a falar da crise... Ainda é possível fazer alguma coisa...» E acho que esse foi o elemento que desencadeou o interesse.

**RSG(42):** E ter sido na altura da Feira do Livro...

**CVM(42):** A Feira do Livro correu muito bem. Foi excecional! As pessoas procuravam a *Granta* mesmo não sabendo bem o que era a *Granta*. Instalou-se a ideia de ser uma coisa boa. Mas tenho sempre presente que era o n.º 1.

**RSG(43):** A página oficial do Facebook da *Granta Portugal*, a 20 de outubro de 2013, tinha 20 549 seguidores – sendo que só existe há precisamente um ano. A página da *Granta* inglesa – que existe desde 2009 – tem 26 468 seguidores. Quer comentar estes dados?

**CVM(43):** «Vamos apanhá-los!» [risos] Sim, o Facebook foi fundamental. E a adesão tem muito a ver com a rede e com o desafio das fotografias... Não tenho uma explicação para isso. Mas estranhamente isso foi muito motivador. As pessoas gostam de participar e de ter na nossa página a sua fotografia.

**RSG(44):** Esta diferença numérica já quer dizer alguma coisa... A página da *Granta Bulgária* – que existe desde 2011 – tem 1197 seguidores. A da *Granta Espanha* tem 3870.

**CVM(44):** Sim. [risos] Já tinha reparado que temos cerca de 20 000 seguidores e estou

orgulhoso. Tem a ver com as fotografias! Com a dinâmica... Porque durante estes meses (entre o n.º 1 e o n.º 2) as pessoas foram sempre enviando fotografias. A *Granta* continuava a aparecer... Portanto, sendo um produto semestral, o que acontece, normalmente, é ter um mês de visibilidade (o que já é bom), e depois entra em hibernação até ao próximo número. O que aconteceu com a *Granta* foi algo estranho e extraordinário – manteve-se sempre com visibilidade. Também por outra razão... Houve outro fator, que não sei decodificar... Houve um mal que veio por bem. O mal foi: fizemos 2000 exemplares e houve uma procura muito superior. E de repente a *Granta* esgotou! E no Facebook as pessoas continuavam a responder ao desafio das fotografias. Criou-se uma espécie de apetência, que ao mesmo tempo era contrariada, porque as pessoas iam à livraria e a revista estava esgotada. E aquilo que normalmente acontece é: quanto mais visibilidade um produto tem... Quanto mais está disponível... mais é consumido. No caso da *Granta* esse princípio foi contrariado. Porque o princípio da expectativa foi mais alto do que o princípio da disponibilidade. E uma expectativa sem disponibilidade torna o objeto mais apetecido. Tenho pensado um bocadinho sobre isto, mas não tenho uma explicação muito definitiva. E como houve reimpressões sucessivas, «ela», na livraria, desaparecia e reaparecia! E no Facebook ia sempre aparecendo... Ou seja, o n.º 1 teve meio ano de visibilidade, quando devia ter tido 15 dias ou, na melhor das hipóteses, um mês. Foi um golpe de sorte... Também trabalhamos para ter sorte... Mas podíamos não ter. Houve essa visibilidade permanente que gostava que se mantivesse...

**RSG(45):** Algumas pessoas podem conhecer a *Granta* a partir do n.º 2, por exemplo...

**CVM(45):** Tenho recebido muitos *e-mails* de pessoas que querem ser assinantes... E que perguntam se ainda podem receber o n.º 1. E eu penso: «Isto é bom sinal!» [...] Porque trata-se de alguém que só contactou com a revista agora, e portanto está a querer «apanhar a carruagem»... E para nós, por mais visibilidade que pareça ter, a vasta maioria das pessoas, mesmo que consideremos só o universo daquelas que se interessam pela leitura (que já sabemos que é reduzido), tenho a certeza que não sabe o que é a *Granta*, ou têm uma ideia muito distante. Portanto, ainda há um trabalho a fazer para chegar a mais pessoas.

**RSG(46):** Para além das assinaturas e da venda em livrarias também há quem contacte com a *Granta* nas bibliotecas...

**CVM(46):** Pois... isso é uma boa questão. Ainda estamos a tentar que haja bibliotecas públicas a fazer a assinatura da revista. Há algumas que fizeram, mas gostávamos que houvesse algo sistemático. Também nos interessava do ponto de vista comercial...

**RSG(47):** Então a *Granta* ainda não está na rede nacional de bibliotecas...

**CVM(47):** Não... Há bibliotecas individuais que a assinaram. A de Beja assinou. E são muito ativos. Também enviam fotografias... Há duas ou três que sei que assinaram. Tentámos falar com o Instituto do Livro, mas ainda não temos um «Sim». A ideia seria que toda a rede de

bibliotecas tivesse uma assinatura da *Granta*. Isso seria excelente. Até faríamos um preço mais compatível... [pausa]

Ainda sobre o *marketing*... Fizemos uma campanha para novos assinantes, antes de sair a n.º 2, na qual, se as pessoas se tornassem assinantes naquele período (acho que foi durante o mês de setembro), recebiam um livro – as *Entrevistas da Paris Review* –, e nessa altura tivemos mais 350 assinaturas. Houve um reconhecimento.

**RSG(48):** E a crítica?

**CVM(48):** A crítica... Aquilo que saiu até agora foi bom. Acho que não houve uma tensão crítica. Houve mais interesse pelas entrevistas genéricas sobre uma revista que ia sair... Mais do que propriamente uma crítica literária. Têm saído notícias alargadas que não são críticas. Eu até gostava que tivesse havido um olhar para os textos em concreto... De resto tem sido positivo. Estou satisfeito.

**RSG(49):** Reparei que a ficha técnica da *Granta* n.º 1 tem a sigla ISSN (*International Standard Serial Number*) e a n.º 2 tem a ISSN mas também a ISBN (*International Standard Book Number*)...

**CVM(49):** Exatamente. O ISSN é para periódicos e o ISBN é para livros. Alterou-se porque, por exemplo, o n.º 1 não apareceu no *top* da Fnac por não ser considerado livro (teve vendas para tal). Por outro lado, porque para ser um periódico (ISSN) não cumpria uma série de requisitos da autoridade da comunicação social. Aqui a questão tem também a ver com determinadas condições entre ser livro e ser periódico. Agora a n.º 2 já será tratada como livro. E já poderá estar no *top* da Fnac... Que é algo que tem valor... Até comercial.

## **PARTE VI – A editora Tinta-da-China**

**RSG(50):** Para concluirmos... Neste projeto, como estão distribuídas as funções na equipa da Tinta-da-China?

**CVM(50):** Aqui (na Tinta-da-China) dirijo a *Granta* e tenho uma «Coleção de Literatura de Viagens». Ando entre a TSF e a Tinta-da-China. Os restantes colaboradores trabalham na Tinta-da-China. A Madalena Alfaia é a assistente editorial (trata também da questão dos direitos), o Joaquim Massano trata das assinaturas, a Inês Hugon é a diretora de produção e é quem se encarrega da revisão ou a delega, a Vera Tavares está na direção gráfica e o Pedro Serpa na paginação. E a Bárbara.

**RSG(51):** Obrigada.

**CVM(51):** Sempre que tiver dúvidas concretas pode enviar-me um *e-mail* que respondo-lhe o mais rapidamente possível. Até porque acho que também vou beneficiar com o seu estudo.

Na despedida foi-me oferecido o último livro publicado (à data) da «Coleção Literatura de Viagens», *Mais um dia de vida – Angola 1975*, de Ryszard Kapuściński.

## C2. Transcrição da entrevista n.º 2

<b>Tipo de documento:</b> Transcrição de entrevista	<b>Número:</b> 2
<b>Método de recolha:</b> Semidiretiva com registo áudio	<b>Local e Data:</b> Lisboa, 04-10-2016
<b>Assunto:</b> O projeto <i>Granta Portugal</i> ; os <i>Novos Autores</i> ; o público-leitor e a editora Tinta-da-China	<b>Duração:</b> 00:58:26
<b>Entrevistada:</b> BB (diretora da Tinta-da-China)	<b>Entrevistadora:</b> RSG (mestranda)
<b>Data da transcrição:</b> 05-10-2016	<b>Última edição:</b> 14-10-2016

### PARTE I – O projeto *Granta Portugal*

**RSG(1):** Em 2013 faltava ao catálogo da Tinta-da-China a edição de uma revista literária?

**BB(1):** Não propriamente. O que aconteceu é que conhecíamos a *Granta*, eu gostava muito do projeto, sabia que estava a expandir-se (*Granta Itália*, *Granta Japão*, *Granta China*, *Granta Brasil*, etc.) e achei que tínhamos público para fazer uma revista literária, mas dentro da *Granta*. Portanto, não queríamos fazer uma revista literária *per se*. Não havia essa ideia... Já se tinha falado sobre isso, mas não era uma coisa que eu achasse que faltava ao catálogo da Tinta-da-China.

**RSG(2):** Porquê a opção da editora de explorar um produto literário através de um contrato de franquia, em vez de editar um modelo periódico original?

**BB(2):** A grande diferença é que, para além de a *Granta* ter mais de cem anos, tem um espólio de todos esses autores que publicaram na *Granta* inglesa, e no nosso contrato, metade dos textos são de autores portugueses que nós convidamos, e a outra metade são textos que nós escolhemos e que saíram na *Granta*. Há essa grande vantagem. Temos acesso aos textos.

**RSG(3):** Esses textos são traduzidos pela Tinta-da-China?

**BB(3):** Sim, sim. É tudo traduzido aqui.

**RSG(4):** E esses textos são escolhidos pela Tinta-da-China?

**BB(4):** Sim. Neste caso é o Carlos Vaz Marques, que é o diretor da revista. Ele escolhe as pessoas a quem propõe os textos portugueses. Claro que conversa sempre comigo mas a decisão é dele, e a escolha dos textos estrangeiros, que se enquadram no tema, também.

**RSG(5):** Tudo parte do tema...

**BB(5):** Sim.

**RSG(6):** Naturalmente que foram ponderados benefícios e riscos...

**BB(6):** Sim. Os riscos são muitos porque a *Granta* é o projeto mais caro da Tinta-da-China. Para além de termos de pagar para usar a marca, ainda pagamos o uso dos textos estrangeiros, a tradução desses textos e ainda remuneramos os autores portugueses. Portanto, é um produto cultural muitíssimo caro. Muito mais dispendioso do que fazer qualquer outro livro.

**RSG(7):** O que pensa sobre o intercâmbio cultural proporcionado por este tipo de partilha – com este conceito de rede?

**BB(7):** Penso que faltam algumas coisas. Uma delas seria conseguirmos que os textos que saem, por exemplo, na Suécia, no Japão, em Itália... (a *Granta* está em 12 países) fossem todos traduzidos para inglês de forma que nós pudéssemos lê-los e pudéssemos fazer mais esse intercâmbio entre novos escritores – os que os outros editores também estão a descobrir.

**RSG(8):** Portanto, a Tinta-da-China só vai buscar textos à *Granta* inglesa...

**BB(8):** Sim. Já publicámos um texto de Israel porque a *Granta* israelita traduziu todos os seus textos para inglês. Que é uma coisa que nós não temos condições para fazer. O que nós já fizemos, e tem corrido sempre muito bem, foi conseguir, por exemplo, que um texto do Valério Romão publicado na *Granta Portugal* tivesse sido também publicado na *Granta* inglesa e posteriormente na *Granta* sueca.

**RSG(9):** Ou seja, através de uma tradução feita pela Tinta-da-China...

**BB(9):** Para cada número nós escolhemos um ou dois textos que traduzimos por nossa conta e que tentamos que sejam publicados lá fora.

**RSG(10):** Ainda há esse trabalho complementar...

**BB(10):** Exato. Mas é isso que nos interessa neste intercâmbio. A Alexandra Lucas Coelho foi publicada na *Granta* inglesa, o Paulo Varela Gomes foi publicado na Índia, nos EUA... em vários sítios. O Valério Romão...

**RSG(11):** Portanto a Tinta-da-China está a fazer esse trabalho de tradução para fazer chegar os textos dos autores portugueses lá fora, mas os outros países ainda não adotaram este procedimento, correto?

**BB(11):** Bem, a Tinta-da-China está a fazer tradução só para dois ou três textos, que acha mesmo muito bons e que acha que podem ter interesse lá fora. A *Granta* de Israel também está a fazer o mesmo com os textos que publica. Estivemos reunidos com a proprietária da *Granta*, Sigrid Rausing, e a ideia é pedir-se apoio ao Instituto Britânico para traduzir os textos que estivessem a ser publicados com a marca *Granta* nos outros países para depois mais facilmente poder haver intercâmbio.

**RSG(12):** A Bárbara hoje é editora da *Granta Portugal*. Como foi a sua experiência enquanto leitora da publicação inglesa?

**BB(12):** Li vários textos da *Granta* inglesa. Nunca fui assinante, mas conhecia bem a revista, até porque desde 1996 que trabalho com livros e que frequento as feiras de Londres, de Frankfurt, etc. Cá em Portugal já tinham existido algumas revistas literárias, como a *Ficções* dirigida pela Luísa Costa Gomes, só que nunca teve grande impacto, embora publicasse textos com muita qualidade. À partida é muito arriscado fazer uma revista em que o que está em causa é a literatura, e portanto, a mim interessava-me mas sempre tive muito medo que não tivesse público. O que acabou por não acontecer, mas era o mais natural que acontecesse.

**RSG(13):** Estando o Carlos Vaz Marques a assumir a direção da *Granta Portugal*, em que aspetos concretos a Bárbara intervém enquanto mediadora?

**BB(13):** Eu só fechei o acordo com a Granta (editora) sabendo que o Carlos Vaz Marques aceitaria ser diretor da revista, porque eu não conseguiria fazê-lo. Tenho outras funções e a *Granta* exige muito trabalho. O meu papel é discutir com o Carlos Vaz Marques os temas, os nomes dos autores convidados, as dúvidas que surgem sobre os textos – leio-os e dou a minha opinião – e angariar outros autores... Às vezes também sou eu que convido pessoas para escreverem para a *Granta*, porque as descubro, nomeadamente no Brasil, onde passo algum tempo. Já publicámos dois autores nestes termos e um deles vai ser uma estreia já no próximo número. O meu papel é este, e toda a parte editorial, ou seja, o Carlos escolhe os textos, faz as revisões, conversa com os autores – faz a parte do editor. Depois fazemos (Tinta-da-China) toda a produção, comercialização e comunicação da revista.

**RSG(14):** Atendendo a circunstâncias como a periodicidade da revista, os custos de produção, os contratos, etc., foi imperativo apostar numa estratégia de *marketing* editorial particular – por exemplo, a *Granta Portugal* desacoplou-se da página de comunicação da Tinta-da-China no Facebook para ter um espaço próprio. Também tem parceiros que anunciam em cada edição. Quer referir aspetos relevantes sobre estas e outras medidas de *marketing* e de comunicação?

**BB(14):** Sim. E também tem um *site* próprio. Ou seja, no domínio da Tinta-da-China temos a *Granta Portugal* e a Tinta-da-China Brasil. Mas as três partes estão divididas.

**RSG(15):** Também tem parceiros que anunciam em cada edição (publicidade)...

**BB(15):** Sim. A *Granta* é publicada pela Tinta-da-China mas a *Granta* tem uma identidade própria, ao contrário de outras coleções que fazemos e que são completamente Tinta-da-China. A *Granta*, nós publicamo-la, mas quisemos sempre dar-lhe um cariz mais autónomo. Porquê? Porque de facto se fosse uma revista literária publicada pela Tinta-da-China isso não fazia tanto sentido. Mas este é um caso diferente porque é um projeto que existe há muito tempo. Nós associámo-nos, ficámos parceiros da *Granta*, mas é uma marca que não é nossa. A Tinta-da-China é nossa, a *Granta* não. Então sentimos necessidade de fazer essa distinção, tanto no Facebook como no *site*, e até na própria equipa – a equipa que faz a *Granta* é fixa. A Madalena Alfaia é sempre a assistente editorial do Carlos Vaz Marques, o Pedro Serpa é sempre quem pagina a revista, as capas são feitas fora da Tinta-da-China. A equipa *Granta Portugal* é fixa.

**RSG(16):** Esta intenção de autonomia da *Granta Portugal* é facilmente apreendida, apesar de estar sempre associada à Tinta-da-China...

**BB(16):** Sim. Mas mesmo em relação às capas é uma linha diferente. Há uma identidade própria. Nos termos comerciais também. Por exemplo, temos uma morada *Granta Portugal* que chega à Tinta-da-China. Aqueles que angariam assinaturas falam sempre em nome da

*Granta Portugal*. Muitas pessoas entraram em contacto com a Tinta-da-China através do contacto da *Granta Portugal* sem terem conhecimento de que estão a falar com a Tinta-da-China.

**RSG(17):** Que espaço considera que a *Granta Portugal* conquistou no mercado editorial nacional?

**BB(17):** Penso que tem sido muito bom, porque a *Granta* chegou a ter 2000 assinantes. Agora tem cerca de 1500, o que é incrível. Em outubro de 2013 tínhamos 1250 assinantes, mas o facto de o número ter baixado é normal, porque as assinaturas são de quatro em quatro números, e, ou são renovadas ou não. Nesta fase temos uma campanha para renovação das assinaturas porque muitas delas terminam agora. Estou convencida de que a quebra será pelos 20 %. É normal. Algumas pessoas justificam que têm revistas que ainda não puderam ler. Também houve uma fase, em 2015, em que o motivo tinha a ver com o desemprego. Mas nunca nos disseram «não renovo, porque acho que a revista não tem qualidade», e isso é importante. A maioria das pessoas assinou do n.º 1 ao n.º 4 e do n.º 5 ao n.º 8, e como este último número sai este mês, estamos numa fase de grande renovação. No mercado tem corrido muito bem. O primeiro número vendeu 8000 exemplares.

**RSG(18):** A Feira do Livro de 2013 também proporcionou esse alcance...

**BB(18):** Na Feira do Livro venderam-se mil e tal... Até esgotou e fizemos reimpressões. E isso é muito engraçado porque houve casos de pessoas que não faziam a mínima ideia do que era a *Granta* mas queriam a *Granta* [risos]. Telefonavam, apareciam aqui... e eu percebia claramente que, «aquela pessoa» não fazia ideia do que era a *Granta*. Só sabiam que tinha saído uma nova revista...

**RSG(19):** A edição da *Granta Portugal* implicou mudanças na estrutura e organização interna da Tinta-da-China?

**BB(19):** Não. A equipa estava formada e decidimos quem é que iria trabalhar a *Granta*. Temos uma pessoa que trata só da publicidade *Granta* até porque não vendemos espaço para publicidade em mais nada. Tratar das assinaturas da *Granta* exige muito trabalho. O que acontece é, por exemplo, a Madalena Alfaia trabalha sempre a *Granta* mas também trabalha sempre os livros de poesia. E o Carlos Vaz Marques (que não trabalha cá) tem a responsabilidade da *Granta Portugal* e por essa razão foi quem deu a cara.

**RSG(20):** O projeto vai entrar na terceira fase. Está garantida a sua continuidade?

**BB(20):** Sim.

**RSG(21):** De quatro em quatro números (de dois em dois anos) tem de renovar o contrato com a editora-mãe?

**BB(21):** Sim, mas vai continuar.

**RSG(22):** Já comentámos o facto de a *Granta* se destacar nas Feiras do Livro...

**BB(22):** Nas Feiras do Livro a *Granta* destaca-se sempre! E vendemos números anteriores.

Uma das coisas em que a *Granta* é diferente é no facto de não ter promoções nas vendas, porque é um produto muito caro e tem de ser visto como tal em relação a outros livros. Com a *Granta* a gestão é feita de uma forma completamente diferente.

**RSG(23):** E o número de assinantes dá o suporte para que o projeto tenha continuidade...

**BB(23):** É fundamental! É fundamental eu saber que já tenho 1000 revistas vendidas. No mercado é diferente. Os leitores podem comprar o número dedicado a «ÁFRICA» porque estão interessados nesse tema, ou o «FALHAR MELHOR» – que foi um número muito bom, também porque teve aquele último texto do Paulo Varela Gomes –, mas nem sempre é assim. Nós escolhemos os autores, eles correspondem e a partir daí não sabemos como vai correr. Tanto podem sair coisas extraordinárias ou coisas boas, mas que, por uma ou outra razão, não causam o «BOOM».

## **PARTE II – Os Novos Autores**

**RSG(24):** Em termos de Políticas Culturais, nos últimos 10 anos os programas de incentivo às obras dos Novos Autores Portugueses estiveram inativos. O conceito da *Granta* confere-lhes essa oportunidade. No seu contacto com os autores, o que tem percebido sobre o facto de ter sido aberta esta porta na edição em Portugal?

**BB(24):** Penso que, à partida, todos os autores, dos mais prestigiados aos desconhecidos, todos gostam de publicar na *Granta*. Recebemos vários textos e já publicámos trabalhos de pessoas que não conhecíamos. Mas a maior parte dos textos que nos chegam de autores completamente anónimos não são bons. Há pessoas que não percebem o que é a *Granta* e enviam-nos textos que nunca poderiam encaixar no conceito da revista. Porque há um conceito dentro da *Granta* – é uma revista que, para além de ter reportagem, os textos são muito a partir do «eu». Ou seja, são textos em que os autores (mesmo grandes romancistas) podem alargar aquilo que fazem com os romances ou com os contos. E não há muito espaço em Portugal para este tipo de textos. «Eu tenho um texto mais pessoal, sobre um determinado tema, com cerca de 20 páginas. O que é que se faz com esse texto?» A *Granta* confere essa oportunidade.

**RSG(25):** Após a direção da revista ter-lhes reconhecido valor e proporcionado a edição de trabalhos na *Granta Portugal*, como tem observado o rumo dos *Novos Autores*?

**BB(25):** Bem, o caso que acho mais simbólico é o do Valério Romão. O Valério porque publicou dois textos na *Granta*, o primeiro na *Granta* n.º 1 e o segundo na *Granta* n.º 3, e em seguida foi publicado na *Granta* inglesa e depois na *Granta Suécia*. E também porque, apesar de anteriormente ter um romance editado, pós-*Granta* fez um livro de contos, que abarcou estes dois textos. Eu penso que a *Granta* foi importante para o Valério Romão ser reconhecido, para ser muito mais lido.

**RSG(26):** É natural que de uma aposta em três ou quatro nomes menos conhecidos (por

edição) nem todos tenham um reconhecimento imediato...

**BB(26):** Claro... Eu tenho autores como a Dulce Maria Cardoso, o Mário de Carvalho ou o Gonçalo M. Tavares e é óbvio que a *Granta* é um projeto em que eles participaram por prazer, e porque querem estar na revista literária e o fizeram com muito gosto, com certeza. Mas não precisavam disso para serem lidos porque já estão noutra estatuto. E aí, é mais o nome deles a valorizar a *Granta* do que a *Granta* a valorizá-los. Por isso é que tentamos ter autores mais conhecidos ao lado de autores menos conhecidos – para funcionar.

**RSG(27):** Para além do Valério Romão há outros nomes «saídos» da *Granta Portugal*?

**BB(27):** Que eu ache que tenha tido um impacto muito grande... [pausa] Penso que o Paulo Varela Gomes... Já o publicava, mas aquele texto que publicou na *Granta* n.º 5 («FALHAR MELHOR»), «Morrer é mais difícil do que parece», foi muitíssimo lido, foi pirateado, muito mais até do que qualquer um dos outros seus romances. E é um texto que, para além disso, foi muito traduzido. Portanto, acho que também é um caso de exemplo.

**RSG(28):** Em que medidas o progresso ou a estagnação dos *Novos Autores* que publicaram nos primeiros quatro números influenciou a continuidade do projeto *Granta Portugal*?

**BB(28):** Acho que não influencia. O corpo, aquilo que dá a garantia da qualidade da *Granta*, em princípio, e mesmo que corra tudo muito mal com os autores portugueses, são os autores estrangeiros que nós escolhemos para publicar. Por exemplo, vamos ter um Nobel... Temos autores estrangeiros muito bons na *Granta* e esse equilíbrio faz-se naturalmente. Não acredito que seja pelos *Novos Autores*...

**RSG(29):** Atendendo a que a *Granta* atua como «veículo» (a ideia do «Cavalo de Troia»), a Tinta-da-China já acolheu alguns dos *Novos Autores* que publicaram nos quatro primeiros números da revista para outros projetos editoriais pessoais ou coletivos? Quem?

**BB(29):** Alguns dos autores da Tinta-da-China estão nesses quatro números. Estou a lembrar-me da Alexandra Lucas Coelho, da Dulce Maria Cardoso, do Daniel Blaufuks – que já era autor da casa. O Valério Romão poderia ter sido um autor que convidássemos para a Tinta-da-China, mas ele estava bem na editora dele e nem sequer lhe fiz essa proposta. Mas poderia ter sido um autor que, se não tivesse editora, se não tivesse editado antes, poderia agora estar na Tinta-da-China. E seria um autor que eu teria descoberto através da *Granta*, porque não conhecia o Valério Romão, e quando li aquele primeiro texto pensei «está aqui um grande autor!».

**RSG(30a):** Portanto, enquanto editora já nota indícios de nomes de *Novos Autores* que possam vir a ter um desenvolvimento de carreira...

**BB(30a):** E que estão na *Granta Portugal*?

**RSG(30b):** Sim.

**BB(30b):** Penso que os autores mais importantes da literatura portuguesa, neste momento, já estão na *Granta*. A Hélia Correia, o Mário de Carvalho, a Sandra Moreira Marques – que é

uma *Nova Autora*. Penso que já convidámos os *Novos Autores* portugueses que poderão vir a fazer grandes carreiras. Também não quero estar a fazer esta generalização, mas à partida esses nomes já estão na *Granta*. Mas esse critério é todo do Carlos Vaz Marques, não é meu.

**RSG(31a):** Nos últimos três anos, que «espaço» considera que os *Novos Autores* conquistaram na edição de livros em Portugal?

**BB(31a):** *Novos Autores* geracionais?

**RSG(31b):** Sim.

**BB(31b):** [pausa] Não há assim nenhum autor novo que tivesse aparecido nos últimos três anos que... Espero não estar a esquecer-me de alguém... [pausa] Há um autor muito bom, que é o Alexandre Andrade, que teve muito boa crítica... Mas não sei se há um autor que a maior parte dos agentes culturais digam: «Tem que se seguir este autor.» Acho que se há esse autor é o Paulo Varela Gomes, que entretanto morreu, mas ainda tenho mais dois livros dele para publicar.

**RSG(32):** Considera que os festivais literários, no âmbito nacional, têm sido relevantes para propagar os nomes e trabalhos dos *Novos Autores*?

**BB(32):** Não. Penso que a maior parte dos festivais literários em Portugal servem para promover os autores de quem organiza os festivais. Seja como agentes literários, ou como editores... e parece-me que a maioria dos festivais não funciona bem. Realmente, de repente apareceram muitos festivais, mas penso que o único que me parece relevante é o Folio. Agora também apareceu o Festival Literário de Cascais... Mas penso que o Folio tem uma capacidade, uma abrangência ao nível dos autores que são convidados. O critério não tem a ver nem com a idade nem com a editora, nem com o grupo editorial...

**RSG(33):** São autores.

**BB(33):** São autores. Essa curadoria é muito bem feita. Também considero o Festival da Madeira bom, já fui a algumas edições. Há o mais antigo, o Festival da Póvoa de Varzim, *Correntes d'Escritas*, que repete todos os anos 12 a 15 autores, e por isso não vejo que seja assim muito interessante para descobertas. E depois há aqueles festivais promovidos pelas Câmaras Municipais que não consigo perceber. Se calhar estão a ser muito importantes, mas não tenho ecos sobre isso.

### **PARTE III – O público-leitor**

**RSG(34):** Os leitores fiéis à Tinta-da-China acolheram, naturalmente, a *Granta Portugal*. E em relação à *Granta Portugal* ter suscitado o interesse de outros leitores por edições do catálogo da Tinta-da-China? Tem essa perceção?

**BB(34):** Sim, é o mesmo público. A Tinta-da-China edita livros para quem gosta de ler, para quem gosta de livros e a *Granta* encaixa-se completamente nesse público. O público da *Granta* é o público da Tinta-da-China. E é natural que através da *Granta* a Tinta-da-China

tenha ganho novos leitores. É natural que a *Granta* tenha despertado mais atenção por ser dirigida pelo Carlos Vaz Marques, que tem uma carreira de décadas a trabalhar em jornalismo cultural, nomeadamente com livros, inclusive a marca Tinta-da-China. Parece-me que estas componentes aliadas transmitiram ao público que o projeto tinha qualidade. Daí termos tido 300 assinantes antes de sair o primeiro número – antes de saberem o que ia acontecer.

**RSG(35):** Em 2013, na primeira entrevista para este trabalho, o Carlos Vaz Marques afirmou: «Não vamos baixar a fasquia para chegar mais longe.»

**BB(35):** Exatamente. E não vamos baixar. Se não houver público, acaba. Não vamos transformar uma coisa noutra. Não queremos fazer isso. Não faz sentido.

**RSG(36):** O público-leitor tem aceitado os *Novos Autores*? De que forma têm demonstrado esse reconhecimento?

**BB(36):** Penso que sim. Mas acontece uma coisa engraçada... Quando sai a *Granta* as pessoas dizem coisas como «Já chegou a minha *Granta!*», veem-se pessoas pela zona do Chiado com a *Granta* na mão, mas, curiosamente, não há – mesmo no Facebook – muito *feedback* dos textos em si. Ou seja, haverá para os autores. Sei que a Dulce Maria Cardoso recebeu uma série de *e-mails* e mensagens por causa do primeiro texto que publicou na *Granta*. Mas publicamente as pessoas não dizem «Adorei o texto *x*» ou «Não gostei do texto *y*»... É um facto curioso e já comentei diversas vezes com o Carlos Vaz Marques: «Porque é que não acontece isso?» No Facebook, que tem 40 000 seguidores, porque é que quando sai uma *Granta* há comentários como «Estou a ler a *Granta*» ou publicações de fotografias a lerem a *Granta*, mas ninguém deixa um comentário a dizer, por exemplo, «Este texto da Teresa Veiga é fantástico». O único texto que acho que teve mesmo essa repercussão foi o do Paulo Varela Gomes. E que, inclusive, foi publicado integralmente em *blogs*, o que me fez ter de escrever às pessoas, por considerar ser um desrespeito pelo autor, porque o Paulo não quis publicar aquele texto num *blog*. Aliás, publicou-o na *Granta* porque tínhamos muito boa relação e pedi-lhe. Disse-lhe: «Querias muito que escrevesse para a *Granta*.» Perguntou-me qual era o tema, respondi «FALHAR MELHOR», ele riu-se e disse: «Vai ser o meu último texto. Se calhar vou falar sobre a minha própria experiência.» Fiquei arrepiada e respondi: «Escreve o que quiseres.» E, de facto, se esta conversa não tivesse acontecido, se não tivéssemos uma boa relação, esse texto não existiria. É neste sentido que me sinto muito privilegiada por ser editora. É a parte em que sentimos que estamos a desafiar um autor e não o deixamos desanimar ou insistimos e depois as coisas acontecem, e acontecem bem, sentimos que fazemos parte disto.

#### **PARTE IV – A editora Tinta-da-China**

**RSG(37):** O sociólogo e autor Irving Horowitz (1996) disse que «uma editora é definida não apenas pela informação que publica mas também pela que não publica». O que é que a Tinta-

-da-China não publica?

**BB(37):** A Tinta-da-China não publica livros que considere que não têm qualquer tipo de pertinência para o mercado. Pertinência social, política ou literária. Ou seja, a Tinta-da-China não publica textos – e aqui não tem só a ver com a qualidade, mas tem a ver com o achar que não valem a pena – que falem de uma vedeta ou de um acontecimento que não se enquadram. Publico muitos livros sobre política, investigações jornalísticas, sobre direitos humanos, racismo, e mais. Mas há aqui um *statement* político também, porque um editor não é só uma pessoa que publica livros. Penso que temos que ter consciência de que estamos a contribuir para promover uma série de ideias, que são muito transmitidas através dos livros. Por mais internet, televisão e comunicação que haja, os livros continuam a ser muito importantes na divulgação das ideias. Portanto, não publico textos racistas, não publico textos homofóbicos, não publico textos fascistas. Há uma série de premissas em que à partida eu não vou pôr o selo Tinta-da-China. Cada vez que publico um livro estou a assinar esse livro como editora. E tenho muito cuidado. Prefiro arriscar mais e publicar textos que considero que têm relevância para o público. É importante estarmos a falar deste tema. Por exemplo, publiquei um livro sobre «Liberdade de Expressão» no qual não me revejo – e não tenho que me rever na opinião do autor –, mas acho que a opinião do autor é uma opinião que deve ser discutida na sociedade, que deve ser pensada. Penso que deve discutir-se este assunto da «Liberdade de Expressão», do «Politicamente Correto», independentemente de eu concordar com o autor ou não. E isto é válido para qualquer autor, porque eu não tenho que assinar tudo aquilo que as pessoas dizem, mas tenho que respeitar. Eu tenho que perceber que são investigações rigorosas, tenho que perceber que há uma seriedade por detrás daquele trabalho – que não está ao serviço de ninguém, a não ser ao serviço da liberdade, dos direitos humanos, da luta contra o machismo, a homofobia... – aí sim, eu publico claramente num cariz político e social. Também publico muitos livros de história, e muitas teses, porque a academia tem muitos temas relevantes. Por exemplo, «As criadas em Portugal». Não havia nenhum livro sobre o que aconteceu a meio do século XX a esse respeito. Achei muito interessante, e claro, sendo uma tese, transformámos em livro. Fazemos muito esse tipo de trabalho e tem corrido bem. Temos um outro livro sobre «Violência Policial no século XX». Publicamos muita coisa sobre história, mas também publicámos as origens do Estado Social, o papel do Estado Social de hoje, porque, lá está... estivemos a viver um Governo que estava a desvalorizar completamente o papel do Estado Social e uns autores académicos vieram propor-me esse trabalho e obviamente publiquei-o, porque isso interessava-me. A Troika, etc. Já publicámos muitos livros sobre política e sociedade portuguesa, e não só.

**RSG(38a):** Desde 2005, com que visão estratégica tem sido feita a gestão editorial? Pode fazer uma caracterização?

**BB(38a):** Foi mudando. No início começámos por publicar mais livros de não-ficção,

ensaios, história, muita história contemporânea. Depois, em 2011, entramos na literatura com *O Retorno* da Dulce Maria Cardoso. Eu não queria fazer ficção enquanto não tivesse grandes autores a fazer ficção. O Mário de Carvalho veio propor-me um romance e a Dulce Maria Cardoso estava a sair da editora Leya e havia esta hipótese, e decidi: «Vamos entrar na literatura.»

**RSG(38b):** É ponderada.

**BB(38b):** Sim, nunca tenho pressa. Prefiro avançar quando há consistência. Em 2008 começámos a «Coleção Literatura de Viagens» com o Carlos Vaz Marques, que hoje acho que é considerada a «Coleção de Viagens» em Portugal. Mais tarde, em 2013, o Jerónimo Pizarro chega com o Pessoa, que também tem sido um projeto interessantíssimo, porque o Jerónimo trabalha o Pessoa como ninguém trabalhou, e para além de ter descoberto uma série de inéditos, reinterpreta os textos e corrigiu uma série de erros. Depois o Pedro Mexia, que em 2014 aceitou dirigir uma coleção de poesia. Eu nunca teria entrado na poesia sozinha, porque não tenho conhecimentos para isso e porque para se fazer tem que se fazer mesmo bem. Não podemos dar-nos ao luxo de arriscar e temos de ter noção das nossas próprias limitações. E se há livros que para mim são muito fáceis de escolher, há outros que não... Não posso perceber de tudo e também não contrato ninguém para ler por mim. Portanto, a estratégia tem sido diferenciarmo-nos no mercado – já conseguimos –, mas no início tivemos de apostar mais nos materiais, mais na qualidade de revisão, de paginação. Fazemos a nossa grande aposta de *marketing* no produto. Nunca tivemos orçamento para investir em publicidade, logo, a nossa aposta foi na qualidade do produto – tanto no seu conteúdo como na sua embalagem. Isso também está relacionado com o facto de gostarmos muito de livros enquanto objetos e por isso temo-nos recusado a fazer *e-books*.

**RSG(38c):** Quando sente segurança é quando arrisca...

**BB(38c):** Sim, quando sinto segurança avançamos. Mas, por exemplo, a coleção do Ricardo Araújo Pereira dos «Clássicos de Literatura de Humor»... Eu nunca teria publicado aqueles livros. E são livros extraordinários. Só os li pela mão do Ricardo e isso é aquela partilha que me interessa imenso. Interessa-me ir conquistando os leitores e ir alimentando os leitores. Temos de ser criativos. Não vale a pena termos uma fórmula e continuar a usá-la. Temos que nos reinventar. Isso é essencial, porque caso contrário é muito fácil sermos absorvidos.

**RSG(39):** Em 2012, a Tinta-da-China afiliou-se como editora no Brasil. Quer enunciar os motivos desta expansão e descrever as principais características do projeto?

**BB(39):** Tem a ver essencialmente com esta ponte entre a literatura brasileira e a literatura portuguesa, e com o facto de que apesar de falarmos a mesma língua temos um muro gigantesco a separar-nos. Sempre li muito autores brasileiros e sempre tive a noção de que os autores portugueses – aqueles que eu considero que mais facilmente poderiam ser lidos no Brasil – não estavam lá publicados, nomeadamente os meus. E portanto fui para o Brasil

publicar a Dulce Maria Cardoso, o Ricardo Araújo Pereira, a Alexandra Lucas Coelho, o Pedro Rosa Mendes, o Daniel Blaufuks, o Pedro Mexia, o Carlos Vaz Marques... Para fazer essa ponte – para as pessoas passarem a conhecer esta geração de autores portugueses que não conheciam. Isto foi no início... Depois comecei a assustar-me muito mais quando descobri que a Agustina Bessa-Luís não estava lá... o Herberto Helder e o Eduardo Lourenço também não... o Antero de Quental... E comecei a pensar que, para além dos autores contemporâneos, queria publicar os autores clássicos portugueses no Brasil. E neste momento tenho um projeto e estou a publicar estes autores no Brasil, e também Fernando Pessoa e o Jerónimo Pizarro. E isso tem sido muito gratificante, porque os brasileiros recebem-nos muito bem. Temos visibilidade nas livrarias, reconhecem o nosso trabalho e têm imenso respeito pela Tinta-da-China. Sinto sempre um carinho muito grande no Brasil em relação à editora. E o que acabou por acontecer, e que não era uma ideia inicial, foi ter trazido para Portugal autores brasileiros que não estavam cá publicados. Por exemplo, o Nelson Rodrigues que é um dos maiores escritores do século XX de língua portuguesa, que não estava publicado em Portugal. Publicá-lo cá foi, para mim, algo maravilhoso. Para além de ter trazido outros contemporâneos, publiquei muitos brasileiros, estou a publicar e vou continuar. A minha ideia é a Tinta-da-China Brasil e a Tinta-da-China Portugal funcionarem como uma ponte. Mas os critérios são os mesmos. Faz sentido na Tinta-da-China Portugal e Brasil eu dar prioridade, obviamente, aos meus autores, àqueles que apostaram na Tinta-da-China. Porque é uma editora independente, porque é uma editora que tem poucos recursos financeiros, porque concorre com grupos que têm imensos recursos, e portanto, para os autores estarem comigo, o mínimo que eu posso fazer é serem aqueles para quem eu vou trabalhar. Não faz sentido para mim publicar outros autores portugueses que leio e gosto, mas que não são os meus autores. Publico os meus.

**RSG(40):** Para além de editar, a Tinta-da-China proporciona algum tipo de apoio aos autores através de, por exemplo, um serviço de consultoria editorial?

**BB(40):** Absolutamente. Fazemos sempre consultoria editorial. Tratamos das questões dos contratos com o estrangeiro, e muitas vezes vendemos os direitos dos autores para o estrangeiro sem cobrarmos nada por isso. Nunca ficamos com percentagem sobre livros que editamos aqui e que são publicados no estrangeiro. E claro que fazemos uma consultoria editorial, não só dos livros que estão aqui, mas principalmente para outros projetos em que os autores estejam envolvidos. A maioria dos meus autores não faz nem aceita projetos sem me consultar.

**RSG(41):** Para concluirmos, quer acrescentar algum aspeto que não abordámos anteriormente?

**BB(41):** Quero acrescentar que há aqui, de facto, uma relação importante para uma editora independente sobreviver. Para além de muito trabalho, acho que tem de haver algum talento,

mas principalmente também muita sorte. E temos tido a sorte de nos cruzarmos com pessoas que entendem a mesma linguagem que nós e que trabalham connosco à base de confiança e lealdade. E a Tinta-da-China tem isso com os seus autores. E só funciona assim. Para além de uma equipa muito coesa e muito estável, a relação de confiança dos autores com a editora é fundamental, até para eles não saírem, para continuarem a querer fazer mais e melhor, e nós também em relação a eles. Portanto, penso que há vários autores com quem fomos crescendo, paralelamente; o Rui Tavares, por exemplo, foi o primeiro autor que publiquei, que era desconhecido, e fez *O Pequeno Livro do Grande Terramoto*, que vendeu 6000 exemplares e foi considerado o «Melhor Ensaio». A partir desse momento foi convidado para ir escrever para o jornal *Público*, etc., e agora está a dar aulas nos EUA. Ou seja, tudo isto tem sido muito gratificante. Na minha perspetiva, o papel do editor é essencial, embora haja muitas editoras que funcionam sem editor... Mas eu considero essencial. Por mais corretores ortográficos que existam e por mais que as pessoas queiram publicar na internet, os autores precisam de ser editados. Qualquer autor precisa de ser lido por alguém profissional, que o questione. Porque sem isso um autor «vai descalço». Já me aconteceu não publicar livros de pessoas de quem gosto muito e por quem tenho a maior consideração, por ter-lhes dito: «Isto não vais fazer.» Porque me interessa o futuro deles... no futuro deles também vejo o meu. Há aqui uma relação de cumplicidade muito grande.

**RSG(42):** É uma atividade coletiva...

**BB(42):** É. A única parte individual é a escrita. Mas a partir do momento em que entregam o texto passa a ser um trabalho coletivo. O problema é que é muito complicado sobreviver com todas estas características, porque nós vivemos só dos livros que vendemos. Não tenho nenhum sócio capitalista, e portanto, essa parte é complicada e tenho que usar muito do meu tempo para fazer a gestão mais rigorosa possível para não escorregarmos.

**RSG(43):** Muito obrigada.

**BB(43):** Obrigada.

### c3. Transcrição da entrevista n.º 3

<b>Tipo de documento:</b> Transcrição de entrevista	<b>Número:</b> 3
<b>Método de recolha:</b> Semidiretiva com registo áudio	<b>Local e Data:</b> Lisboa, 04-10-2016
<b>Assunto:</b> Considerações Finais / Resultados das edições 1, 2, 3 e 4 da <i>Granta Portugal</i>	<b>Duração:</b> 00:32:20
<b>Entrevistado:</b> CVM (diretor da <i>Granta Portugal</i> )	<b>Entrevistadora:</b> RSG (mestranda)
<b>Data da transcrição:</b> 06-10-2016	<b>Última edição:</b> 14-10-2016

#### PARTE I – Os resultados da *Granta Portugal*

**RSG(1):** O projeto *Granta Portugal* prossegue. Visto que passaram três anos desde que teve início, que leitura faz sobre os resultados obtidos com a edição dos quatro primeiros números?

**CVM(1):** Tanto com os quatro primeiros números como com os seguintes, estou muito satisfeito e penso que a equipa da Tinta-da-China também manifesta essa satisfação, porque os objetivos foram cumpridos. O primeiro objetivo era fazer com que a editora não falisse. [risos] À parte da brincadeira, havia aquele período-teste, que eram os quatro primeiros números, em que nós íamos testar a fiabilidade do projeto, justamente para vermos se não era demasiado grande para uma estrutura que é frágil e que não pode entrar em aventuras suicidárias. E esse período-teste foi vencido de forma tranquila, acima até das expectativas que eu tinha inicialmente – sou um cético militante e, portanto, prefiro pensar cautelosamente sem me atirar às coisas sem nenhuma base e depois confrontar-me com a impossibilidade de as continuar. Mas o que aconteceu nesses quatro primeiros números foi, e isto é um bocado prosaico, mas do ponto de vista económico o projeto mostrou viabilidade e portanto prosseguiu. Do ponto de vista editorial, à parte da questão económica, que é sempre determinante, também me parece que o projeto ganhou alguma raiz, porque os autores respondem *imediatamente na hora* e afirmativamente aos desafios para escreverem, porque acho que a projeção da revista se afirmou – vários autores que publicaram na *Granta* portuguesa acabaram por ver os seus textos publicados na *Granta* de língua inglesa e noutras *Grantas*, nomeadamente, a sueca, também a dinamarquesa – e portanto, este anel que é a *Granta* nas várias línguas acabou por acolher bem os textos de alguns autores que publicámos, e tudo isso me parece um sinal de que valeu a pena. E está a valer a pena.

**RSG(2):** Hoje, enquanto diretor da revista, reveria alguma particularidade nessas primeiras edições?

**CVM(2):** Sim. Nós revimos uma particularidade – a capa. Nos primeiros quatro números a capa era feita a partir dos ensaios fotográficos e com o n.º 5 passou a ser feita, em exclusivo,

pelo Jorge Colombo, e assim espero que se mantenha – como o autor das capas da revista *Granta Portugal*. O Jorge Colombo é um gráfico, ilustrador, que vive nos EUA e trabalha nos sítios mais prestigiados, como na *The New Yorker*, e numa série de publicações norte-americanas e não só, e é muito bom tê-lo como autor das nossas capas.

**RSG(3):** Mas esta mudança estratégica surgiu porquê?

**CVM(3):** Porque queríamos mudar, por um lado. Porque surgiu a oportunidade de o Jorge Colombo trabalhar connosco ou de nós trabalharmos com ele [risos], e porque também, a certa altura, pareceu-me que aquele formato de ir buscar uma imagem ao ensaio fotográfico para a capa era arriscado, pois nem sempre havia a solução mais forte e mais evidente para a capa. Portanto, por um lado aprendemos com a experiência e por outro surgiu a oportunidade de trabalharmos com um grande ilustrador.

**RSG(4a):** Das edições número 1, 2, 3 e 4 da revista quer destacar alguma reação particular – que tenha ocorrido junto dos leitores, dos média ou dos críticos literários, etc.?

**CVM(4a):** Digamos que a reação que me parece mais suscetível de ter significado é o facto de termos começado a receber alguns textos, algumas propostas para publicação, e isso significa que a revista é lida e que há quem queira escrever nela. Não temos ido muito por aí – por publicar textos que nos chegam – porque a maior parte dos textos que nos chegam, infelizmente, não me parecem ter qualidade suficiente para serem publicados. E optamos por convidar autores, individualmente, a escreverem. Mas já aconteceu casos em que o texto tem qualidade, mas muitas vezes está tão longe do tema (cada número tem um tema) que é impossível enquadrá-lo na revista. Aconteceram algumas publicações de textos que me foram propostos, mas não é essa a regra e não vai ser – continuará a ser a exceção.

**RSG(4b):** Mas chegaram a publicar textos que vos enviaram...

**CVM(4b):** Chegámos. Logo no primeiro número, o texto do Ricardo Dias Felner foi ele que o propôs. O José Gardeazabal também propôs o texto e foi uma estreia (nunca tinha publicado) e logo depois disso recebeu o Prémio Vasco Graça Moura (da Imprensa Nacional-Casa da Moeda) e fiquei muito contente, claro. E pensei: «Não foi só o meu julgamento que foi assertivo.» É capaz de haver mais, mas em todo o caso são exceções, não são regra.

## **PARTE II – Os *Novos Autores***

**RSG(5):** A propósito, como avalia a aposta na seleção de trabalhos dos *Novos Autores*?

**CVM(5):** A escolha? Não podia ser de outra maneira. Há textos de que gosto mais e textos de que gosto um bocadinho menos, mas penso que o patamar é alto. Mas também já houve textos recusados, ou seja, a triagem é de dois tipos. Já houve pessoas que convidei, li os textos, ainda o trabalhámos, mas depois não foram publicados (pelo menos três casos, cujos nomes não vou referir por razões de elegância). Simplesmente porque pareceu-me que não se enquadravam e ficámos, na mesma, com relações cordiais.

**RSG(6a):** Após ter-lhes reconhecido valor e proporcionado a edição dos seus trabalhos (de texto e imagem) na *Granta Portugal*, como tem observado o rumo dos *Novos Autores*?

**CVM(6a):** Na verdade, penso que o único autor que nunca tinha publicado e publicou pela primeira vez na *Granta* foi o José Gardeazabal. Portanto, considero que houve 100 % de sucesso, uma vez que depois recebeu um prémio bastante prestigiado. O Ricardo Dias Felner já tinha publicado um romance. O Valério Romão, que foi publicado duas vezes na *Granta* e vai agora publicar no n.º 8, também era um autor mais ou menos desconhecido – tinha publicado um romance –, e suponho que ele admitirá que a *Granta* lhe deu também alguma visibilidade. Portanto, foi uma aposta, uma escolha minha, convidá-lo para escrever para a *Granta*.

**RSG(6b):** A única referência que tinha do Valério Romão era esse romance?

**CVM(6b):** Sim, era a única referência. Gostei bastante do romance e foi uma aposta que fiz num nome «não-consagrado», num autor novo, e é um facto que ele vingou e hoje é um autor já bastante respeitado e reconhecido.

**RSG(7):** Aquela ideia do «Cavalo de Troia» (enquanto veículo) tem resultado...

**CVM(7):** [risos] Sim, sim, tem resultado. Essa ideia mantém-se. Disse o nome do Valério mas podia ter dito outros. Alguns que são só conhecidos em pequenos círculos literários e que depois espero que passem a ser reconhecidos por mais leitores. Outros que são nomes com obra reconhecida, mas sempre num universo restrito, e a ideia do «Cavalo de Troia» é uma ideia de contaminação. Se eu tenho a Lídia Jorge e se eu tenho no mesmo número o Luís Carlos Patraquim é evidente que a Lídia Jorge é mais conhecida que o Luís Carlos Patraquim, e eu espero que haja gente que veja o nome da Lídia Jorge e tenha vontade de ler a revista, e que depois também encontre o Luís Carlos Patraquim, ou o António Cabrita... [pausa] Ou o Sousa Jamba – que é um autor angolano que teve projeção nos anos [19]90, que vive nos EUA e que desapareceu completamente e regressou com a *Granta* depois de muito tempo sem publicar. Procurei-o e o processo foi engraçado, porque perguntei a «este» e «àquele», e «uns» levaram a «outros», porque ele está nos EUA e não havia contacto com ele. Nem o seu ex-editor, que era o André Jorge [1945-2016], fundador da editora Cotovia, mantinha contacto com o Sousa Jamba. Acabou por ser através de um cruzamento de informações que cheguei até ele (que agora trabalha numa área completamente distinta) e acabou por dizer-me «está a apetecer-me voltar a escrever, de facto». E escreveu – para a *Granta* n.º 4 («ÁFRICA») –, e gosto muito do texto. Agora até foi convidado, e não quero ser presunçoso (mas penso que alguma coisa terá a ver), para o Festival Folio, depois de ter estado tanto tempo completamente desaparecido. Penso que não será um acaso, porque quando o procurei ele estava afastado. É provável que alguém se tenha lembrado do Sousa Jamba a partir da *Granta*.

**RSG(8):** Já sucedeu a internacionalização de *Novos Autores* portugueses após terem

publicado na *Granta Portugal*. Para além do Valério Romão há outros nomes que ressaltaram a partir da *Granta Portugal*?

**CVM(8):** A Alexandra Lucas Coelho também. O Paulo Varela Gomes [1952-2016], que entretanto morreu, e o seu texto foi publicado pela *Granta* inglesa no *site*, não na edição em papel; mas foi ainda publicado por uma revista americana, também por uma nórdica. É engraçado que os nórdicos são os mais recetivos. Quando o texto chega à língua inglesa tem uma plataforma muito maior e torna-se mais suscetível de vir a ser traduzido e publicado noutras *Grantas* do que estando em português. Há um editor (leitor) de língua portuguesa na *Granta* inglesa, que tem acesso à revista até antes de a publicarmos cá e, uma vez por outra, sugere que «aquele texto» possa ser traduzido para inglês. É um contacto importante na relação com a *Granta* inglesa.

**RSG(9):** Nos últimos três anos, que «espaço» considera que os *Novos Autores* conquistaram na edição de livros em Portugal?

**CVM(9):** [pausa] Não sei se posso responder a isso de uma forma que não seja laxismo, ou seja, penso que há autores a surgirem, mas não sei se será um número diferente daquele que existia há 10 anos. A minha perceção é a de que, genericamente, depois de um «BOOM» dos anos [19]80, em que, de repente, começaram a publicar autores que nunca tinham sido publicados, nos últimos anos tem sido mais ou menos estável o aparecimento de novas vozes. Vão aparecer sempre, porque há sempre gente com talento a querer mostrar o seu trabalho literário, mas seria preciso um estudo mais profundo para saber se há alguma tendência neste momento, em termos de afirmação de *Novos Autores*.

### **PARTE III – A estratégia editorial**

**RSG(10):** Retomando esta questão: a partir da edição do n.º 5 houve mais mudanças na estratégia editorial da revista *Granta Portugal*? Quais?

**CVM(10):** A mudança principal foi a capa. Depois a partir de um outro número houve uma ligeira alteração no *layout* gráfico, por decisão da *Granta* inglesa. Lá têm os *guidelines*, fizeram umas alterações e nós ajustámo-nos. São detalhes subtis de *restyling*.

**RSG(11):** Na entrevista n.º 1 (a 20 de outubro de 2013), a página da *Granta Portugal* no Facebook tinha 20 549 seguidores. Hoje (4 de outubro de 2016) contabiliza 40 193. E relativamente ao número de assinantes... Em 2013 disse-me que tinham 1250...

**CVM(11):** Sobre esses aspetos não tenho dados muito exatos, nem me preocupo muito a recolhê-los. Mas penso que o número de assinantes baixou ligeiramente, porque, à medida que vai havendo necessidade de renovação, há pessoas que não renovam a assinatura. No princípio havia aquele fenómeno da novidade, e havia também um investimento nosso no Facebook, utilizando a funcionalidade de pagamento para haver mais exposição de uma mensagem. Mas era insustentável continuarmos a fazê-lo. No período de lançamento fazia

sentido haver essa comunicação. Um dia destes, provavelmente, faremos uma campanha. Por exemplo, alguém recebeu o n.º 1 e depois quis assinar a partir do n.º 2, mas as assinaturas são de quatro em quatro números, portanto agora está tudo cruzado. É a Rute Paiva que trata disso num ficheiro de *Excel* complexo, com muitas linhas cruzadas. Eu compreendo isto porque, como assinante, já passei pelo mesmo processo em relação a várias revistas. Quando chega o período de renovação olha-se para a estante e pensa-se «ainda não li imensos números... o melhor é parar por algum tempo» – por contenção económica ou porque há mais coisas para serem lidas.

**RSG(12):** O que não significa que esses ex-assinantes não continuem a comprar a revista em livrarias, consoante os temas ou os nomes dos autores...

**CVM(12):** Pois, exatamente. Em suma, o efeito de decréscimo é normal que aconteça. E isso ocorre, penso eu, também com outras revistas. Aquelas publicações que têm capacidade económica para fazer campanhas sucessivas, fazem-nas. E nós não temos meios para estar a reinvestir em *marketing*. Vamos concentrar-nos no nosso *core business*, que é a literatura.

**RSG(13):** A periodicidade semestral vai manter-se?

**CVM(13):** Vai. Menos do que isso não tinha existência nem visibilidade, mais do que isso... Não estamos preparados para esse salto. Não temos estrutura, nem temos leitores suficientes para mais do que isso, porque é um mercado reduzido. A *Granta* de língua inglesa tem um mercado potencial de milhões de leitores. O nosso é residual, em comparação com o deles.

**RSG(14):** Além da direção da *Granta Portugal* e da Coleção «Literatura de Viagens» para a Tinta-da-China, tem novos projetos editoriais «na manga»? Por exemplo, a edição da *Granta* com «Os Melhores Jovens Escritores de Língua Portuguesa», à semelhança do que acontece em Inglaterra, com a edição da *Granta: Best of Young British Novelists*?

**CVM(14):** Editoriais não. Continuo a fazer «O Livro do Dia» na TSF (Rádio Notícias), que é uma rubrica diária sobre um livro, e continuo a fazer o «Governo Sombra».

**RSG(15):** Ainda sobre uma edição da *Granta* com «Os Melhores Jovens Escritores de Língua Portuguesa»...

**CVM(15):** Pois, estive para fazer-se, até a anunciámos (em 2014), mas depois houve um problema de direitos (um tal aspeto que me escapa), porque havia na altura uma edição brasileira da *Granta*, que entretanto parece que deixou de publicar. Mas não sabemos ainda qual é a situação contratual que o Brasil mantém com a *Granta* inglesa. Mas houve um problema de direitos por causa da nossa vontade de fazer a *Granta* com os «melhores autores de língua portuguesa», e então o projeto não avançou. Porque um ano antes os brasileiros tinham feito «Os Melhores Autores Brasileiros» e nós queríamos fazer não só portugueses, mas de língua portuguesa. E portanto acharam que íamos «entrar muito no quintal deles» [risos], e apresentaram essa opinião junto da *Granta* inglesa, que sugeriu arranjar-se uma oportunidade para trabalharmos nisso em conjunto. Essa oportunidade espero que venha a

surgir, mas entretanto as notícias que tenho é que a *Granta* portuguesa que existia no Brasil não está a publicar. Também tinham uma periodicidade semestral e julgo que há dois semestres que não editam. Não sei se é uma pausa ou se é uma desistência.

**RSG(16):** Continua a ser um projeto viável.

**CVM(16):** Sim, temos falado sobre isso. Se o desaparecimento «deles» se confirmar vamos avançar nesse sentido, mas é preciso lançar isso com tempo e cautela. [risos] Tivemos pena, naquela altura, porque já havia bastante atenção sobre isso...

**RSG(17):** Para concluirmos a entrevista, quer acrescentar algum aspeto que não abordámos anteriormente?

**CVM(17):** Posso acrescentar que tudo isto é mais fácil de fazer com uma estrutura que funcione autonomamente e não pertença a nenhum grande grupo que queira obter resultados «à força», ou seja, isto não é nenhuma «vaca leiteira» nem é negócio, no sentido de acrescentar dividendos a uma empresa. É um projeto que vale por si próprio, com o principal objetivo económico de que o projeto se pague a si próprio, que pague a estrutura. Portanto, não é um negócio no sentido de gerar lucro e satisfazer acionistas gananciosos. Com esta estrutura consegue fazer-se com viabilidade e com uma equipa ótima. A Madalena Alfaia, que é a assistente editorial que trabalha diretamente comigo, a Vera Tavares e o Pedro Serpa, que são os gráficos, a Rute Paiva, que trata de questões logísticas, tais como as assinaturas – a revista chega com 15 dias de avanço aos assinantes e isso é um ponto de honra. O processo logístico é engraçado porque no princípio essa logística era bastante mais complicada do que é hoje, pela inexperiência. Já está automatizada, mecanizada... Mas chegámos a fazer noitadas a embalar revistas... como se fosse uma festa!

**RSG(18):** Parecia Natal! [risos]

**CVM(18):** [risos] Parecia Natal, sim! Foi Natal durante três dos números. Mas depois começou a perceber-se que havia formas mais mecanizadas de executar aquela tarefa e tudo se tornou mais simples a partir daí. Portanto... Temo-nos divertido! [risos]

**RSG(19):** [risos] Obrigada pela entrevista.

**CVM(19):** Obrigado. Estarei disponível para esclarecer outras questões que possam surgir.

#### **D. Formação Profissional (mestranda)**

**Rita Seijo Carrasco Pinheiro Gante** (04.11.1980, Lisboa)

Designer. Formação superior em Design Visual (2003) e Pós-graduação em Comunicação e Imagem (2006) pelo IADE – *Creative University*. Curso de Gestão de Projetos Editoriais (2015) pela BOOKTAILORS – Consultora Editorial.