

Departamento de História

**Contributos para o estudo da pequena edição de
poesia: a editora Mariposa Azul**

António Pedro da Cruz Lopes Marques

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Gestão e Estudos da Cultura

Ramo: Gestão Cultural

Orientador:

**Doutor José Soares Neves, Professor Auxiliar Convidado
ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa**

Coorientador:

**Mestre Emanuel Cameira, Professor Auxiliar Convidado
ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa**

Julho, 2016

AGRADECIMENTOS

Este longo processo de estudo e criação não poderia ter sido realizado sem o apoio de um grande número de pessoas. Agradeço especialmente a:

José Soares Neves e Emanuel Cameira, orientadores da dissertação, pelo apoio atento e arguto, bem como, sobretudo, pela paciência e pela compreensão;

Helena Vieira, Leonel Guerreiro, Nuno Moura, Miguel Cardoso e Miguel Manso, sem cujo contributo este trabalho teria sido impossível de realizar, e que manifestaram a todo o momento a maior simpatia e a máxima disponibilidade;

Ricardo Ribeiro, Nuno Medeiros, David Teles Pereira, Joana Bagulho e Rosa Azevedo, que me ajudaram a definir o rumo da dissertação aquando dos seus primeiros passos;

Pedro Serpa, que contribuiu para uma preciosa nota de rodapé sobre a editora &etc, a mais bonita e íntegra aventura editorial de que há memória;

Ana Maria Faisca e restantes colegas de trabalho, pela compreensão, pelo apoio e pela camaradagem; aos amigos André Tavares Marçal, João Vicente, Sarath Chandra, Filipe Adão, Filipa Augusto, Filipa Gravelho, Maria Margarida Sousa, Susana Anastácio, António Baião e Filipe Ferreira, por tudo;

à família – Pai, Mãe, Irmã e Tia, por tudo e mais alguma coisa ainda.

Finalmente, por razões pessoalíssimas e intransmissíveis, agradeço ao meu avô, Manuel *Albata*, a quem dedico este trabalho e tudo o que faço.

RESUMO

Num contexto português de, por um lado, profusão de *pequenas editoras de poesia* e, por outro, inexistência de trabalho académico sobre este fenómeno e suas implicações, procura-se fornecer contributos para o estudo da *pequena edição de poesia* em Portugal, na atualidade, através de uma análise da história e da prática da editora Mariposa Azual. Partindo de contributos teóricos e empíricos da Economia da Cultura e da Sociologia da Cultura, e recorrendo à entrevista semiestruturada como método primeiro de recolha de dados, pretende-se entender o funcionamento da Mariposa Azual a partir de um *tipo ideal* de *pequena editora de poesia* e de um modelo de análise que cobre os aspectos fundamentais da ação de uma *pequena editora de poesia* portuguesa. Verifica-se a necessidade do uso de uma abordagem mista de Economia da Cultura e Sociologia da Cultura em estudos desta natureza e, pese embora as limitações do *tipo ideal* utilizado, a inserção da Mariposa Azual nele.

PALAVRAS-CHAVE: Pequena edição de poesia, Pequena editora de poesia, Portugal, Campo editorial, Setor do livro, Campo literário

ABSTRACT

In a Portuguese context of, on the one hand, a profusion of small poetry publishing houses, and on the other hand, a non-existence of academic studies about this phenomenon and its consequences, we intend to offer a contribution for the study of small poetry press in Portugal, at the present time, through an analysis of both history and practice of Mariposa Azual. Based on theoretical and empirical knowledge of Economy of Culture and Sociology of Culture, and using the semi structured interview as the main method of data collection, we aim to understand the functioning of Mariposa Azual baring in mind an ideal type of small poetry publication house and through a model of analysis that covers the fundamental aspects of the action of a Portuguese small poetry publishing house. We conclude that studies such as this one need a mixed approach of Economy of Culture and Sociology of Culture. We also verify that Mariposa Azual fits the ideal type we used, notwithstanding its limitations.

KEYWORDS: The Small Poetry Press, Small Poetry Publishing Houses, Portugal, Publishing Field, Book Sector, Literary Field

ÍNDICE

ÍNDICE DE QUADROS	ix
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA	5
I.1. Economia da Cultura.....	5
I.1.1. Indústrias Culturais	6
I.1.1.1. O setor do livro	10
I.1.1.1.1. Especificidades do setor do livro	10
I.1.1.1.2. Transformações recentes no setor do livro.....	12
I.2. Sociologia da Cultura.....	14
I.2.1 O mundo social do livro e da literatura.....	16
I.2.1.1 O editor; o editor literário	18
I.3. A pequena edição	19
I.3.1.1 A pequena edição de poesia	21
CAPÍTULO II – METODOLOGIA E ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA	25
II.1. Percurso exploratório e delimitação do objeto de estudo	25
II.2. Abordagem epistemológica e teórica.....	26
II.3. Métodos e técnicas de investigação.....	27
II.3.1. Entrevistas exploratórias.....	27
II.3.2. Entrevistas semiestruturadas.....	28
II.3.3. Restantes dados e fontes	29
CAPÍTULO III – CARACTERIZAÇÃO	31
III.1. A edição e a edição de poesia em Portugal	31
III.2. Clarificações conceptuais: sobre a pequena edição de poesia.....	36
CAPÍTULO IV – MARIPOSA AZUAL.....	43
IV.1. Breve história da Mariposa Azual	43
IV.2. Modo de organização	45
IV.3. Projeto editorial.....	50
IV.4. Modos de comercialização	58
IV.5. Posicionamentos e tomadas de posição.....	66
IV.6. Perspetivas de futuro	75
CONCLUSÃO	79
BIBLIOGRAFIA.....	81
ANEXOS.....	I
ANEXO A: Tópicos de observação	III

ANEXO B – Perfis dos entrevistados em entrevista semiestruturada.....	VII
ANEXO C – Perfis dos entrevistados na fase exploratória.....	VIII
ANEXO D – Catálogo da Mariposa Azul	IX

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro III.1 – Classificação legal de PME.....	37
Quadro IV.1 – Ritmo de produção editorial.....	54

*é de origem entronca e de pais separos
e teve mais de noventa mil pessoas delírias
no estádio das antas para o lançamento
do seu último livro de poesia.*

*seguiu em turné por paranhos bessa
e depois são luís pelo sul
tendo uma andança de três ponto um milhões
só em vendas estádias.*

*somando a viagem recitária
as exportações para o resto do mundo
e o residual fotocópio
totobola para cima de quinze ponto sete milhões
de livros.*

*só em receitas publicitárias com telecele pêê cêpê
renô náique sequipe e ibêéle
fala-se de valores na casa dos champálimôs.*

portugal é um país de poetas ricos.

a poesia dá dinheiro a portugal.

(Nuno Moura, *Nova Asmática Portuguesa*)

INTRODUÇÃO

Se há género literário que, pelo menos desde o século XIX, está em permanente crise declarada, esse género é a poesia. As causas da enfermidade nem sempre são as mesmas: por vezes, o problema é propriamente literário, residindo o seu fulcro na ideia de que os modos de expressão poética de um dado tempo não são merecedores dos que os precederam, que se arriscam a desvirtuar a poesia ao ponto de acabarem com ela; noutras linhas argumentativas, é o desprezo do público que está em causa, ameaçando a sustentabilidade económica da edição de poesia e levando-a ultimamente à obscuridade; e há ainda quem questione a legitimidade da existência da poesia face ao seu contexto histórico – Hölderlin a indagar *para que servem poetas em tempos de indigência*, Theodor W. Adorno a declarar que não pode haver poesia depois de Auschwitz. E, no entanto, ela move-se.

A par dos recentes movimentos de integração editorial e livreira, em Portugal tem surgido nos últimos vinte anos um sem-número de editoras de pequena dimensão, muitas das quais dedicadas à poesia. Editam livros em pequenas tiragens de algumas centenas de exemplares, e que ainda assim dificilmente esgotam. São regra geral encabeçadas por poetas, que se fazem rodear sobretudo de contactos pessoais (ilustradores, gráficos, outros poetas) para criarem estruturas de organização de tipo informal, fortemente baseadas no trabalho voluntário e nas ligações afetivas. Evitam (ou são evitados pelos) circuitos de distribuição massificada – são maioritariamente as livrarias independentes quem acolhe os seus livros, quando não são os próprios editores a comercializarem-nos diretamente. Utilizam amplamente as novas tecnologias da informação tanto para publicitarem as suas edições como para estabelecerem e cimentarem contactos e relações entre si. Concentradas em Lisboa mas também, em menor grau, no Porto, são parte da paisagem urbana com as suas regulares apresentações e leituras públicas das obras que editam. Têm por vezes um discurso abertamente crítico da edição de tipo *industrial* (Saint-Beuve, 1839) que é feita pelas grandes editoras, e reivindicam amiúde uma pureza ética que é sinónima do apodo – de larga circulação – *independente*.

Apesar da disseminação de fenómenos semelhantes um pouco por todo o mundo ocidental, com editoras dedicadas ou não à poesia, os estudos do livro raramente têm devotado os seus esforços a estas estruturas frágeis – mesmo se frenéticas –, preferindo concentrar-se nos principais grupos económicos. Mas as *margens* merecem, em igual medida, atenção académica, como bem justificaram Legendre e Abensour:

“Ce qui se passe sur les marges mérite une égale attention pour une double raison. D’abord, ce tissu de petites maisons composé essentiellement de micro-entreprises, dont le nombre n’a probablement jamais été aussi important qu’aujourd’hui, est le lieu d’une activité éditoriale significative et souvent innovante: leur présence comme leur production contribuent à la diversité de l’édition. Ensuite, c’est sur ces marges qu’apparaissent de nouvelles démarches et entreprises éditoriales qui, comme tout mouvement de création de nouvelles entreprises, mêlent fragilité et promesses de renouvellement démographique et intellectuel.” (Legendre e Abensour, 2007a: 11)

Se em países como França tem havido alguma aproximação a estes fenómenos – por exemplo, Legendre e Abensour (2007a), no seu estudo sobre 17 pequenas editoras francesas, e ainda os trabalhos de Sébastien Dubois (2006, 2010, 2011, 2013) sobre a economia e os círculos sociais da poesia em França –, em Portugal a pequena edição, incluindo a de poesia, não tem sido trabalhada pelos estudos do livro, com evidentes prejuízos para uma compreensão satisfatória dos fenómenos atuais.

Uma das mais reconhecidas editoras de poesia portuguesas em atividade dá pelo nome de Mariposa Azul. Apesar da sua antiguidade – foi fundada em 1998, em Lisboa, pelos à altura publicitários Helena Vieira e Nuno Moura –, nunca abdicou do seu modo *mínimo* de funcionar, com a sua estrutura interna informal e a sua procura de vozes relevantes e menos conhecidas da poesia portuguesa. Pelas características práticas e discursivas da sua ação, pela sua antiguidade, e também pelas transformações por que tem passado interna e externamente, a Mariposa Azul é um feixe onde podemos vislumbrar, a um tempo, grandes tendências do campo editorial português e, noutra plano, procurar características próprias do chamado *pólo antieconómico da produção pura* – formulação de Pierre Bourdieu (1996) – e de uma certa ideia do editor *virtuoso* e *abnegado* que remete para os dois séculos passados (Medeiros, 2009b, Bourdieu, 1996).

Assim, é fito deste trabalho fornecer contributos para o estudo da *pequena edição de poesia* em Portugal, tomando como objeto a editora lisboeta. Aliam-se perspetivas da Economia da Cultura e da Sociologia da Cultura à recolha e tratamento de dados de entrevistas e de fontes secundárias para se procurar descrever – mas também compreender – os modos de funcionamento e ação da editora na atualidade, bem como o seu percurso histórico e a sua inserção no subcampo português da *pequena edição de poesia*.

Sabendo que a edição de poesia em Portugal se faz e tem sido feita de diferentes maneiras e por atores díspares – desde a *plaquette* de 100 exemplares autoeditada e distribuída pelos amigos à antologia de milhares de exemplares de um poeta famoso lançada pela editora X pertencente ao conglomerado Y –, optámos por *um caminho* – i.e., um caso – a partir do qual possamos lançar bases para se pensar a edição de poesia em Portugal, particularmente a que é feita em moldes semelhantes aos do caso em análise.

Ao longo do trabalho faremos uso de um weberiano *tipo ideal* de *pequena editora de poesia* para o contexto português, baseado na Mariposa Azul – e em muito menor grau nas suas congéneres – e cujos critérios são os seguintes: 1) independência filial; 2) indiferenciação funcional interna; 3) inexistência de custos fixos formalmente adscritos à atividade da editora; 4) o catálogo é composto por livros de poesia, reconhecidos como tal pelos editores. A construção deste *tipo ideal*, bem como a explanação dos seus critérios, serão apresentados no “Capítulo III – Caracterização”.

A dissertação está estruturada em quatro capítulos. Nos dois primeiros faz-se um enquadramento teórico e metodológico da pesquisa, onde se reveem, a partir das duas perspetivas disciplinares referidas, os principais conceitos, construções teóricas e bases empíricas (primeiro capítulo) que permitiram pensar e estabelecer os objetivos, questões e métodos em torno dos quais se desenvolveu este trabalho (segundo capítulo).

No terceiro capítulo avança-se uma necessária caracterização do *subcampo* português da *pequena edição de poesia*, a rede na qual a Mariposa Azul se insere e com cujas regras informais interage. É aqui que, a partir da *empíria* apresentada, moldamos e detalhamos algumas noções-chave do trabalho. Aqui se franqueia a porta para o capítulo seguinte, o principal, que se apresenta dividido em seis subcapítulos.

O primeiro é uma breve contextualização histórica da editora, que fornece elementos mínimos de facilitação de leitura dos cinco subcapítulos seguintes, núcleo do trabalho, onde se expõe e analisa, à luz das bases teóricas e empíricas avançadas, os dados recolhidos sob o enquadramento de um conjunto de tópicos de observação. Estes subcapítulos seguem em parte a estrutura de apresentação do estudo de Legendre e Abensour (2007a): o modo de organização, o projeto editorial, o modo de comercialização, os posicionamentos e as tomadas de posição, e por fim as perspetivas de futuro. Por julgarmos da maior relevância *teórica* incluí-la, adicionámos ao modelo de Legendre e Abensour a perspetiva dos posicionamentos e das tomadas de posição, inegável que é o seu peso nas próprias características estruturais das pequenas casas de edição de poesia – é neste subcapítulo que serão mais visíveis os contributos da Sociologia da Cultura para este trabalho.

Na conclusão faz-se uma reflexão final sobre o estudo desenvolvido, procurando-se também sugerir hipóteses e linhas de trabalho para o prosseguimento de estudos semelhantes, nomeadamente os que procurem estabelecer as especificidades – económicas e sociológicas – da *pequena edição de poesia*.

CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA

A Sociologia da Cultura e a Economia da Cultura têm sido as disciplinas preferenciais da já longa tradição de abordagens, em ciências sociais, ao setor do livro (Neves *et al.*, 2012a: 25), não pretendendo este estudo constituir exceção. Dada a dupla condição evidenciada pelas pequenas editoras de, a um tempo, pertença ao setor do livro e, por outro lado, posição de marginalidade face ao seu *centro* económico e social (o que implica características particulares), este capítulo seguirá uma estrutura afunilada: o primeiro subcapítulo, devotado à Economia da Cultura, começa pelas abordagens gerais às Indústrias Culturais e prossegue, partindo das especificidades apontadas na literatura, para o setor do livro; o segundo, dedicado à Sociologia da Cultura, parte igualmente das disposições gerais da disciplina sobre o mundo cultural e artístico e desemboca nas especificidades e regras do mundo editorial e literário; por fim, o último subcapítulo, síntese, agrega os contributos dos anteriores para procurar resumir as visões sobre a *pequena edição de poesia* e o seu espaço peculiar no *campo da produção cultural* – uma especial particularidade entre particularidades.

I.1. Economia da Cultura

A Economia da Cultura, área de investigação relativamente jovem, deu os primeiros passos com W. J. Baumol e William G. Bowen, economistas norte-americanos que estabeleceram em *Performing arts: the economic dilemma* (1966) um modelo de comportamento dos custos unitários de produção¹ para as quatro artes performativas tradicionais: o teatro, a música, a ópera e a dança (Baumol e Bowen, 1966; Martins, 1999; Heilbrun, 2013).

Este texto fundador trata de um problema particular daquele que é um dos assuntos centrais da Economia da Cultura: a especificidade *económica* das atividades e dos bens culturais. Esta manifesta-se desde logo num desvio face ao entendimento clássico da utilidade marginal: com os bens não culturais assume-se que a utilidade, ou a satisfação conferida pelo consumo, tende a decrescer à medida que unidades extra são consumidas e o seu custo marginal se vai sobrepondo à sua utilidade marginal, de tal modo que “à l’optimum, l’utilité marginale est égale au prix” (Benhamou, 2008). Um consumo cultural, por seu turno, não implica um decréscimo da utilidade com um consumo isolado; na verdade, sucede amiúde o contrário: a satisfação aumenta na medida do crescimento do consumo. Em segundo lugar, a criação cultural é em regra semelhante aos bens de tipo coletivo ou público – “goods where the act of consumption by one individual does not reduce the possibility of consumption by others” (Hesmondhalgh, 2007: 21). Mesmo que os suportes materiais da obra sejam rivais no uso, como são os casos do DVD-ROM ou do livro, a parte crucial da criação é imaterial e não implica custos na sua reprodução, que pode ser ilimitada. Por outro lado, a incerteza

¹ Ver Baumol e Bowen (1966) e Heilbrun (2013) para uma leitura aprofundada sobre a chamada *Baumol’s cost disease*.

quanto à qualidade ou utilidade do bem é mais acentuada: tendencialmente, um consumo cultural envolve um risco superior ao de outros tipos de consumo (Benhamou, 2008: 17; Neves *et al.*, 2012a: 32), risco esse extensível ao produtor, que joga num mercado saturado de uma grande diversidade de produtos e tem maior dificuldade em prever o comportamento do consumidor.

I.1.1. Indústrias Culturais

Desde então, o foco de incidência da Economia da Cultura foi-se alargando progressivamente, sobretudo a partir da década de 1980 (Hesmondhalgh, 2007: 1), com a emergência do estudo das denominadas Indústrias Culturais, passando a abranger setores com obras de essência reprodutível como o cinema ou a edição. Muito anteriormente, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer haviam já cunhado a expressão *Kulturindustrie* – Indústria Cultural – no ensaio com o mesmo nome incluído em *Dialektik der Aufklärung* (1ª edição em 1944). Importa, antes de avançarmos para os desenvolvimentos recentes do estudo das Indústrias Culturais, explorar os pressupostos e fins da teorização destes dois filósofos da chamada Escola de Frankfurt, elevada que é a sua importância para o estudo da pequena edição (nomeadamente nos aspetos discursivos que mais adiante afluiremos²).

Filosoficamente inserível na denominada Teoria Crítica, de inspiração marxista, e integrado num projeto geral de Crítica³ a toda a Modernidade, o ensaio de Adorno e Horkheimer parte de uma noção restrita de cultura (ou Cultura) que a associa diretamente a um entendimento da arte como forma excecional de criatividade humana (Hesmondhalgh, 2007). Os autores propõem uma oposição valorativa entre uma cultura-arte – ameaçada pela *Kulturindustrie* e a única Cultura que merece ser considerada como tal⁴ – e uma cultura-entretenimento – o conjunto de produtos e sentidos emanados da *Kulturindustrie*, que não são mais que um prolongamento do trabalho e um veículo de alienação das massas (Adorno e Horkheimer, 1993). Esta cultura industrializada é produzida como qualquer outro bem da esfera económica e imposta aos consumidores, recetáculos acríticos, através do discurso dominante e da publicidade (Adorno e Horkheimer, 1993; Cameira, 2013: 87). O sistema que daí resulta é denunciado como um (outro) sinal de traição aos princípios e propósitos do Iluminismo, que postulava o uso da Razão como meio para a emancipação e a felicidade; a sua degeneração em *razão instrumental*, i.e., a instauração de um regime em que a cultura é um meio

² Veja-se, como primeiro exemplo, a associação, feita por Emanuel Cameira, entre um fragmento discursivo do editor da &etc Vitor Silva Tavares (“há livros e há mercadoria. A diferença entre eles é a diferença entre poesia e capitalismo”) e o pensamento de Adorno e Horkheimer (Cameira, 2013: 85).

³ Para uma introdução ao conceito de Crítica tal como é empregue pelos teóricos da Escola de Frankfurt (a partir de Kant e Hegel), ver Cachopo (2012).

⁴ Ver Cameira (2013: 85): “Convirá realçar que os escritos em que Horkheimer e Adorno se debruçam sobre a indústria cultural são marcos de um marxismo de princípios, quase aristocrático, preocupado em fixar ideias fortes sobre as questões (neste caso específico, sobre o que pode ou não ser considerado Cultura), conceção nada relativista no plano epistemológico”.

para a obtenção de lucro e para a manutenção de relações de domínio e subordinação, acelera o processo autodestrutivo do projeto Iluminista (Bernstein, 1996). A metamorfose ocorre porque, segundo Adorno e Horkheimer, a noção de *utilidade* contaminou a ideia de obra de arte pura, que no processo perde a sua autonomia (pois é produzida para responder a necessidades do público, reais ou ilusórias – comodifica-se) e perde a sua desejável capacidade transformadora do espírito – traindo-se assim também o projeto Modernista, quase já objeto de nostalgia⁵. Subsumindo a arte à lógica comodificante do capitalismo, a *Kulturindustrie* faz com que o objeto artístico perca a possibilidade de ter valor inerente, como coisa-em-si, pois só se atribui valor ao que, e na medida em que, pode ser trocado (Adorno e Horkheimer, 1993).

Note-se que o termo *indústria* não deve ser entendido com total literalidade: refere-se menos ao processo de produção do que à estandardização do conteúdo artístico (Adorno, 1996), como clarificou Theodor Adorno alguns anos após a publicação do primeiro ensaio. Isto é, em *Kulturindustrie*, Adorno e Horkheimer não rejeitam a especificidade dos produtos e atividades culturais pois, ao invés, criticam – veementemente – o facto de estes serem tratados como os restantes.

Esta perspetiva, então dominante nos EUA, foi objeto de forte crítica por parte de sociólogos da cultura, e em especial da música, na década de 1970 – à suposta massificação e homogeneização contrapôs-se, por exemplo, a pluralidade da música popular (Peterson, 1997). Mais tarde, teóricos franceses como Edgar Morin, Armel Huet ou Bernard Miège, embora apoiando-se na teorização de Adorno e Horkheimer, pluralizam o termo, rejeitando a ideia de um campo unificado em que todas as formas de produção cultural obedecem à mesma lógica; nasce assim o conceito de Indústrias Culturais (Hesmondhalgh, 2007). Esta transformação do conceito transporta necessariamente uma crítica a Adorno e Horkheimer, de entre as múltiplas e diversas que se fizeram nos últimos setenta anos: a rejeição do que é entendido como um “nostalgic attachment to preindustrial forms of cultural production”, que revela um entendimento anacrónico, simplificador e também ele totalizante do campo cultural (Hesmondhalgh, 2007: 17); a acusação da prática de um misto de pessimismo e elitismo culturais, oriunda da reavaliação pós-moderna das potencialidades da cultura de massas (Bernstein, 1996: 1); o sublinhar da indiferença dos autores relativamente às múltiplas formas de resistência ao avanço da industrialização da cultura, de que a pequena edição seria um notável exemplo (Cameira, 2013); entre outras⁶.

⁵ Bernstein (1996: 19) faz a ligação entre os princípios do Iluminismo que Adorno e Horkheimer defendiam e o Modernismo: “Adorno’s primary concern was not with the future of art but with salvaging those elements most under threat from the enlightened reason: sensuous particularity, rational ends, a substantial notion of individual happiness”; e a lógica do Modernismo “was the historical inheritor of these categorical claims”.

⁶ Ver, p. ex., Miège (1989).

Independentemente do grau de proximidade com a perspetiva *frankfurtiana* ou com outras abordagens teóricas às indústrias culturais e à cultura em geral⁷, e malgrado o alargamento do uso do termo *Kulturindustrie* para acomodar as diferenças entre as indústrias, os autores deste campo de estudos coincidem na ideia de as Indústrias Culturais serem “um campo distinto de análise económica” devido às “peculiaridades dos seus conteúdos” (Neves *et al.*, 2012a: 34), isto é, têm características em comum que tornam epistemologicamente válido o seu agrupamento num conceito. Neves *et al.* sublinha o traço simultaneamente comum e distintivo da “pertença a esferas de criação com estruturas de produção coletivas e reprodução em massa em ambientes de elevada evolução tecnológica” (Neves *et al.*, 2012a: 36).

Também Françoise Benhamou (2008) agrega as várias indústrias culturais, estabelecendo três semelhanças entre o consumo das belas artes e o consumo dos produtos das indústrias culturais nucleares⁸ – o cinema, a música e a edição: 1) modos de formação de procura análogos; 2) desigualdades no consumo que revelam linhas de clivagem desenhadas por outras desigualdades sociais (sendo o nível de estudos um exemplo comum); 3) o trabalho de um criador no centro da criação de valor. Para Lima dos Santos (1999, *apud* Neves *et al.*, 2012a: 36), o último ponto – a integração de um trabalho artístico ou criador no processo produtivo – é o grande motor da “cadeia de particularidades” ou exceções às regras habituais de funcionamento das restantes atividades económicas, tornando problemática qualquer comparação direta. Temos, assim, uma primeira definição de Indústrias Culturais. A síntese de Neves *et al.* (2012a) – que junta as especificidades do consumidor, dos produtores e das indústrias como sistema – fornece cinco características singulares das Indústrias Culturais, base para uma outra definição do conceito, a partir de critérios:

a) Reprodutibilidade⁹ – Os produtos têm uma natureza prototípica e são reproduzidos e difundidos a uma escala massificada. Neste cenário, o custo fixo da produção do original é tendencialmente elevado, embora o custo da reprodução seja reduzido, o que favorece a procura de economias de escala.

b) Incerteza – Existe tanto do lado dos produtores como do lado dos consumidores. Os primeiros têm uma comparativamente maior dificuldade em prever a procura do bem que propõem ao mercado, que nas indústrias culturais está particularmente saturado; desenvolvem-se assim estratégias de comunicação para captar a atenção do consumidor. Este, por seu turno, é confrontado

⁷ Hesmondhalgh mapeia com pormenor as “approaches to culture” na obra *Cultural Industries* (Hesmondhalgh, 2007: 30-40).

⁸ “O cinema, a música e a edição são genericamente consideradas as indústrias culturais por excelência” (Neves *et al.*, 2012a: 33).

⁹ A respeito deste critério, é importante destacar uma passagem de Françoise Benhamou que é amplamente citada na literatura: “nous passons de l’étude des oeuvres uniques à celle, plus traditionnelle en économie, des oeuvres reproductibles” (Benhamou, 2008).

com uma dificuldade superior¹⁰ ou mesmo impossibilidade de conhecer a qualidade do produto previamente à compra, uma vez que o preço não é indicativo da qualidade mas sim (sobretudo) dos custos de produção e distribuição.

c) Concentração – Na tentativa de minorar a incerteza do mercado e de criar economias de escala, os agentes produtores tendem para movimentos de concentração horizontal ou vertical.

d) Risco Económico – Deriva da incerteza, da regularidade dos fracassos comerciais e dos elevados custos fixos. As maiores empresas procuram equilibrar estas perdas com os chamados *best sellers* (no setor do livro) ou grandes sucessos ocasionais.

e) Direitos – As obras reproduzíveis estão protegidas por leis que salvaguardam a propriedade intelectual e os conteúdos criativos, i.e., as indústrias culturais, incluindo o setor do livro, fundam-se no direito de autor (Martins, 2005: 215)¹¹.

Estes desenvolvimentos no pensamento e produção teórica sobre as Indústrias Culturais¹² produziram-se, naturalmente, a reboque de alterações fundamentais no seu real funcionamento e estrutura. É importante referir quais foram e têm sido essas transformações, em marcha desde os anos 1980, de acordo com Hesmondhalgh (2007: 1-2).

Num panorama geral, as indústrias culturais tornaram-se semelhantes às restantes, aproximando-se do “centro da ação económica” – isto é, apesar do desacordo que manifesta, em linha com outros autores, Hesmondhalgh reconhece implicitamente que a análise de Adorno e Horkheimer tem ainda, ou terá ganho entretanto, atualidade¹³ em pontos-chave (Hesmondhalgh, 2007: 16-17). A propriedade e a organização têm mudado radicalmente a par deste processo: ao mesmo tempo que a especialização (cinema, literatura, discos) diminuiu, os conglomerados aumentaram. Porém, e esta será porventura a maior falha (por omissão) do ensaio de Adorno e Horkheimer, há simultaneamente cada vez mais empresas de média e pequena dimensão – e as relações que estabelecem entre si e com as maiores empresas são cada vez mais complexas. Por outro lado, os produtos extravasam, circulam cada vez mais além-fronteiras, em boa medida ajudados pela proliferação da Internet e pelas transformações radicais por ela trazidas a todos os quadrantes da sociedade e da atividade económica.

¹⁰ “L’incertitude quant à la qualité du bien est plus forte ici qu’en d’autres domaines (...)” (Benhamou, 2008: 17).

¹¹ “Como indústria cultural fundada no direito de autor, o livro é uma indústria de criação, produção e difusão de bens e serviços (...)” (Martins, 2005: 215).

¹² Para aprofundamento deste tema, ver especialmente Neves *et al.* (2012a: 31-36) e Hesmondhalgh (2007).

¹³ Ver, p.ex., Cameira (2013: 87): “De resto, a pergunta coloca-se com a consciência da atualidade que ainda se presente nalgumas teses de Adorno”.

Os públicos e a atitude face a eles têm também sofrido grandes transformações: em paralelo e em inter-relação com a complexificação dos gostos e hábitos dos consumidores, a mudança do modo como as indústrias culturais veem os públicos atesta-se no crescimento do *marketing* e dos estudos de mercado, no direcionamento a mercados de nicho e no enorme aumento dos gastos em publicidade. A mudança atingiu também as políticas públicas: a propriedade pública e a regulação têm recuado ao mesmo tempo que a importância das indústrias culturais nas políticas locais tem crescido.

Finalmente, Hesmondhalgh sustenta que os próprios textos (em sentido lato, que abarca todos os produtos culturais) têm mudado radicalmente – há mais produtos de todos os tipos, espalhados por mais formatos de atividade cultural.

I.1.1.1. O setor do livro

Chegamos então ao setor do livro, “indústria cultural fundada no direito de autor” e dedicada à “criação, produção e difusão de bens e serviços, que veicula valores, reflete identidades e, ao mesmo tempo, ilumina e constrói o contexto económico-social de cada país” (Martins 2005: 215). Começemos pelas especificidades.

I.1.1.1.1. Especificidades do setor do livro

Como qualquer outro dos que compõem as Indústrias Culturais, o setor do livro tem especificidades económicas¹⁴ que lhe garantem autonomia enquanto objeto de estudo.

Num primeiro plano há os fatores genericamente partilhados com as restantes Indústrias Culturais mas que no setor do livro têm uma relevância acentuada: a reprodutibilidade, que nas indústrias culturais é importante mas no setor do livro é fundamental (Rouet, 1992: 13); a incerteza, que afeta (e estrutura) o setor do livro em particular (Neves *et al.*, 2012a: 44).

Num segundo plano há as especificidades próprias como a da concorrência, que funciona de modo diverso e se joga a vários níveis. Por um lado, a forte tendência para a especialização que marca este setor (Rouet, 1992) leva a que mesmo os chamados editores generalistas tenham necessariamente políticas editoriais bastante diferentes – tomando o exemplo da edição literária, Rouet afirma que os editores acabam sempre por privilegiar um máximo de dois géneros (Rouet, 1992: 15), por mais “generalistas” que sejam ou se proponham ser, algo que impossibilita uma total indistinção aos olhos do público e, por conseguinte, esbate a concorrência direta por haver uma grande diferença entre todos os produtos e entre cada marca ou chancela. Somente em casos de resposta a “necessidades precisas” é que a concorrência se aproxima do funcionamento de outras

¹⁴ As especificidades propriamente sociais, objeto da Sociologia da Cultura, serão tratadas no subcapítulo seguinte.

atividades económicas, como no caso da edição de um mesmo clássico literário ou no caso do sub-setor do livro escolar (Rouet, 1992: 15). Estes fatores, reforçados na edição literária pela referida irreduzível unicidade de cada obra¹⁵, e que concorrem para o comportamento invertido da lei da utilidade marginal, levam a que a competição se jogue em terrenos diferentes: se a publicidade e o *marketing* têm crescido e aproximado o setor do livro do grosso das atividades económicas (Hesmondhalgh, 2007), outros “espaços de mediação” (Martins, 2005) como a crítica detêm grande importância, em boa medida devido ao particular peso simbólico que é atribuído ao livro¹⁶.

Uma outra especificidade do setor do livro prende-se com a facilidade de entrada de novos agentes, superior face às restantes Indústrias Culturais (Alduán, 1993), a que não é alheio o progressivo e generalizado embaratecimento dos meios de produção a reboque de desenvolvimentos tecnológicos – no limite, um pequeno editor pode criar livros artesanais a partir de casa com custos mínimos, especialmente reduzidos face aos custos em que incorreria algumas décadas antes. Daqui decorre uma proliferação de casas editoriais especialmente *caótica* – no sentido de haver em simultâneo muitas editoras a iniciarem atividade e outras tantas a desaparecerem (Medeiros, 2012b: 459). Sem surpresa, esta “multiplicação da entrada de novos títulos no mercado (...) complexifica a distribuição e toda a estrutura de comercialização”, ao que acrescem consequências visíveis também a nível cultural, com o livro a surgir como “símbolo de riqueza cultural, abertura social a novas ideias, diversidade cultural, aspetos que não podem ser veiculados através de outras indústrias culturais” (Medeiros, 2012b: 459). Sublinhe-se, face ao exposto, que esta facilidade é apenas de entrada e nunca de funcionamento ou de sobrevivência.

A peculiaridade deste setor acaba por redundar naquilo que Jorge Manuel Martins designa como “paradoxos do livro”, explicáveis por via de três conceitos mediadores – *diversidade*, *dualidade* e *singularidade* (Martins, 2005):

a) *Diversidade*

São múltiplos os fatores de diferenciação entre as editoras: numa visão geral, o tamanho, o campo de atividade, a especialidade e a orientação (Altbach, 1997, *apud*. Martins 2005: 208); numa visão mais específica, em que se pretenda fazer distinções qualitativas, fatores como o capital social ou o peso das traduções no catálogo (Bourdieu, 1999).

b) *Dualidade*

¹⁵ “Each book is unique, a new product in the market place of ideas, and supply and demand in book publishing operates in a profoundly different manner than in other industries” (Greco, Rodriguez e Wharton, 2007: 29, *apud* Neves *et al.*, 2012a: 44).

¹⁶ Ver, p.ex., Medeiros (2009, 2012a, 2012b) e Bourdieu (1991, 1996).

Muitos dos paradoxos da edição constituem-se em torno do binómio “economia *versus* cultura”: menor do ponto de vista económico, o livro mantém uma grande “relevância cultural, intelectual e educativa” (Martins, 2005); indústria modesta com meios modestos que porém é considerada vital para qualquer cultura; atividade tradicional detentora dos próprios saberes que foi fortemente desafiada pelas tecnologias digitais; setor onde se dá uma inseparabilidade entre a indústria e o artesanato (Medeiros, 2012a)¹⁷. Pierre Bourdieu sumariza esta dualidade numa formulação particularmente arguta:

“O livro como «objeto de dupla face, económica e simbólica, mercadoria e significação» e o mediador como «personagem igualmente dupla, condenada a conciliar a arte e o dinheiro, o amor da literatura e a procura do lucro, através de estratégias que se situam algures entre dois extremos: submissão cínica às considerações comerciais e indiferença heroica ou insensata às necessidades da economia»” (Bourdieu, 1999, *apud.* Martins, 2005: 218).

c) Singularidade

Por fim, também em síntese de argumentos expostos acima, a singularidade do setor do livro. O facto de todos os títulos diferirem entre si e de nenhuma indústria apresentar tanta diversidade (Benhamou, 2003, *apud.* Martins, 2005) leva a consequências do lado da oferta – os produtores fazem uma triagem – e do lado da procura – a “desorientação do comprador” (Martins, 2005). Em resultado, vê-se uma “oferta marcada pela atonicidade e pela «diversidade», em que o «preço não é um indicador de qualidade», mas onde os espaços de mediação «desempenham um papel crucial»” (Martins, 2005: 215).

I.1.1.1.2. Transformações recentes no setor do livro

A onda de transformações que nas últimas décadas tem atingido as indústrias culturais não deixou o setor do livro incólume, estando essas mudanças naturalmente sob influência das especificidades do setor. O aspeto mais unanimemente apontado pela literatura especializada é o da tendência para a concentração – nas suas várias facetas –, que deriva da estrutural e estruturante incerteza que afeta o setor. A nível internacional, “a constituição de grandes grupos editoriais tem sido uma constante ao longo das últimas décadas” (Neves *et al.*, 2012a: 79), ao passo que em Portugal o fenómeno surgiu um pouco mais tarde e de modos peculiares¹⁸. Não havendo espaço para

¹⁷ “Enredado no emaranhado paradoxal da atividade editorial, indústria no plano técnico de reprodução em dimensões de escala diversas e artesanato pré-fordista no plano do carácter próprio (e quase sempre irrepetível) de cada livro, o editor traça a sua identidade através da expressão que a inseparabilidade destas duas componentes (indústria e artesanato) obtém nas decisões que vai tomando” (Medeiros, 2012a: 37).

¹⁸ Ver, p.ex., Neves *et al.*: “À luz dos depoimentos recolhidos é globalmente reconhecido o facto de o setor português do livro ter sofrido, nos últimos anos, dinâmicas de integração singulares” (Neves *et al.*, 2012a: 70).

um satisfatório aprofundamento descritivo, histórico, destes processos¹⁹, importa sobretudo realçar que:

- 1) O fenómeno da concentração teve início na década de 80 do século XX e intensificou-se nos anos 90, mantendo-se até aos dias de hoje um elevado ritmo de vendas e trocas; os grandes grupos tanto adquirem os seus rivais na tentativa de dominarem uma secção do mercado como resgatam pequenas editoras da falência para diversificarem o seu leque de atividades (Neves *et al.*, 2012a: 79);
- 2) “Em termos de cadeia do livro”, a tendência passa sempre por “reduzir custos e concentrar num mesmo grupo, para além da edição, as atividades de distribuição e comercialização” (Neves *et al.*, 2012a: 79) – i.e., procura-se a integração vertical como veículo de racionalização económica;
- 3) O crescimento trazido, entre outros aspetos, pela racionalização económica tem tornado o setor do livro apetecível para empresas de outros ramos de atividade, que ao adquirirem casas editoriais dão origem aos conglomerados. Estas mudanças acarretam não raras vezes a substituição, no topo da hierarquia, do editor pela figura do gestor, em certos casos vindo de outras áreas da atividade económica.
- 4) Em alguns casos, a concentração implica, ou tem como fito, também a internacionalização – as empresas que editam livros deixam de operar exclusivamente no mercado interno;
- 5) A estrutura do setor da edição é cada vez mais caracterizável como um oligopólio com franjas: um grupo reduzido de grandes empresas “concentra a maioria dos movimentos do mercado”, incluindo a distribuição e a comercialização, e à sua volta pulula um sem-número de médias e sobretudo pequenas casas editoriais, que se atribuem a responsabilidade da inovação (Altbach, 1997, Benhamou, 2008, Bourdieu, 1999, Neves *et al.*, 2012a, Martins, 2005)²⁰ devido à inapetência das grandes editoras para tomarem riscos e, no caso particular da edição literária, devido à perda de autonomia estética que decorre tendencialmente dos processos de concentração (Bourdieu, 1999: 22)²¹.

¹⁹ Ver a nota de rodapé em Neves *et al.* (2012a: 80): “para uma visão mais pormenorizada sobre o fenómeno da concentração no setor da edição consultar os seguintes autores: Rouet (1992), Dubini (2001), Guillou e Maruani (1991), Pimentel (2007), Clark (2001), Furtado (2000) e Guedes (2001).” As referências bibliográficas completas podem ser encontradas nas páginas 291-297. Ver também Schiffrin (2013), focado sobretudo no caso dos Estados Unidos da América. Ver ainda Beja (2012) para um panorama das transformações do setor editorial português entre 1970 e 2010.

²⁰ Prosseguindo a lógica afunilada e dialética do capítulo, elaboraremos este e os restantes aspetos relacionados com a pequena edição no subcapítulo a ela dedicado.

²¹ “Il reste que, de façon générale, la concentration s’accompagne d’une réduction du nombre et de l’*autonomie littéraire* des lieux de décision et qu’elle tend à livrer à des responsables financiers, peu portés à favoriser les investissements à long terme d’une politique littéraire d’avant-garde, la gestion financière des ouvrages à cycle long aussi bien que des ouvrages à cycle court, favorisant ainsi, comme le remarque Jean-Marie Bouvaist, le triomphe progressif des produits à faible teneur littéraire et à large diffusion, sorte d’*universel commercial* qui s’oppose diamétralement, tant par sa genèse sociale que par sa qualité littéraire, à l’*universel*”

- 6) Num quadro mais vasto, a concentração é a face mais visível de um processo de transição entre dois paradigmas, um dominante até à primeira metade do século XX, o outro impondo-se até hoje:

“[uma] transição que tem feito sentir os seus efeitos a partir da deslocação da lógica hegemónica – mas não exclusiva – de um mercado da oferta, assente na ideia de liberdade interventora por parte dos agentes da produção preocupados em deixar lastro qualitativo, para uma lógica dirigida fundamentalmente a partir da ideia de procura e, portanto, da obediência em escala crescente ao mercado e aos filões editoriais considerados compensadores do ponto de vista da rentabilidade” (Medeiros, 2012b: 462-462).

Todas estas transformações estruturais têm influências vastas que acabam por afetar os “discursos, práticas e perfis” dos agentes do setor editorial, cada vez mais distantes do “modelo clássico do clube de cavalheiros alicerçado quase em exclusivo na edição literária” (Medeiros, 2012b: 465).

Como resposta aos processos de concentração tem emergido, tanto de dentro como de fora do setor, “um revigorado discurso assente na necessidade da intransigente defesa da diversidade contra o esperado – em alguns casos já sentido – domínio da uniformização e conseqüente declínio de fórmulas e géneros editoriais alternativos” (Medeiros, 2012b: 465). Caberia então às pequenas editoras, em regra especializadas, atreitas a tomar riscos por terem menos a perder, independentes filialmente dos grandes grupos, e com autonomia estética e literária, esse papel de *resistência* (Bourdieu, 1999).

Aproveitamos a introdução do tema dos discursos, ou das *tomadas de posição* (Bourdieu), para fazer a transição para a Sociologia da Cultura, necessária para analisar não apenas o discurso mas o comportamento geral dos agentes – as suas *disposições práticas*.

I.2. Sociologia da Cultura

No domínio da Sociologia da Cultura, este estudo basear-se-á sobretudo na teoria de Pierre Bourdieu – a partir dos conceitos centrais de *campo*, *capital* e *habitus* – e no trabalho de Nuno Medeiros. Antes de avançarmos para as teorizações específicas da Sociologia da Cultura sobre o setor do livro e sobre o campo literário, incluindo os conceitos de editor e de edição, importa explicitar brevemente os conceitos básicos de Pierre Bourdieu que orientarão todo o estudo.

Refletindo a preocupação central de Bourdieu com as questões de poder, o conceito de campo define-se como “uma rede de relações objetivas (de dominação ou de subordinação, de complementaridade ou de antagonismo)” onde várias formas de capital estão permanentemente em

littéraire qui s'engendre, à la longue du temps, dans les échanges internationaux” (Bourdieu, 1999: 22; itálicos conforme a fonte).

disputa (Bourdieu, 1996). Contrariamente a Marx, para quem as relações sociais se estruturam primordialmente em torno de antagonismos de base económica (i.e., desigualdades na distribuição do capital económico) que opõem as diferentes classes (Engels e Marx, 1974), em Bourdieu o conflito faz-se *também* por outras formas de capital – o cultural, o social e o simbólico –, que em campos como o da cultura podem assumir uma importância superior à do capital económico. Quanto ao agente, é socializado no campo e, dependendo da sua *posição* relativa, assimila papéis, expectativas e relacionamentos que com o passar do tempo cristalizam no seu *habitus* – um sistema duradouro mas maleável de *disposições* “through which we perceive, judge, and act in the world” (Wacquant, 2006: 6). No caso específico do campo literário, “às diferentes *posições* (...) correspondem *tomadas de posição* homólogas, obras literárias ou artísticas evidentemente, mas também atos e discursos políticos, manifestos e polémicas” (Bourdieu, 1996: 264).

Uma outra propriedade fundamental do campo é o seu grau de autonomia, ou a capacidade granjeada de se inocular contra as influências externas (de outros campos) e de impor – e funcionar segundo – as suas próprias regras. Porém, o princípio da conflitualidade permanente e estrutural leva a que a autonomia do *campo* esteja sempre sob ameaça:

“every field is thus the site of an ongoing clash between those who defend autonomous principles of judgement proper to that field and those who seek to introduce heteronomous standards because they need the support of external forces to improve their dominated position in it” (Wacquant, 2006).

Todos estes conceitos e princípios são parte de uma vasta tentativa de conciliação entre uma posição objetivista (a dos Estruturalistas, por exemplo) e uma posição subjetivista (a dos Construtivistas, por exemplo): nem o agente é um mero parafuso da estrutura que age independentemente da sua consciência ou vontade (na formulação de Marx), nem a estrutura deixa de restringir e elaborar o *mapa de possibilidades* do agente (Wacquant, 2006). Bourdieu assume, assim, uma posição intermédia no espectro *estrutura vs agência*.

A forma de capital que mais interessa a este estudo é a de capital simbólico, uma quarta e particular forma (aparte o económico, o cultural e o social)²² que “designates the effects of any form of capital when people do not perceive them as such” (Wacquant, 2006), e que tal como as outras formas legitima diferenças na classe social e na importância social (Webb *et al.*, 2002). O que está em jogo na luta pelo capital simbólico é precisamente “o poder sobre um uso particular de uma categoria particular de sinais, e, deste modo, sobre a visão e o sentido do mundo natural e social” (Bourdieu, 1989: 72). Ora no caso específico da edição, este movimento

²² “Capital comes in three principal species: economic (material and financial assets), cultural (scarce symbolic goods, skills, and titles), and social (resources accrued by virtue of membership in a group). A fourth species, symbolic capital, designates the effects of any form of capital when people do not perceive them as such (as when we attribute lofty moral qualities to members of the upper class as a result of their “donating” time and money to charities).” (Wacquant, 2006)

“processa-se e reproduz-se através do conjunto de iniciados e instituições especializadas com atribuição reconhecida de autoridade para propor – muitas vezes impor – os esquemas estéticos e os quadros de categorização que funcionam como padrão classificativo, legíveis no que é publicado, logo, autorizado” (Medeiros, 2012a: 37).

Importa ainda assinalar, como nota à parte, os contributos de Howard S. Becker, que em *Art Worlds* (1ª edição em 1982) postula que as obras de arte são não o produto do génio e do labor do artista solitário mas sim o resultado de uma complexa atividade coletiva sem a qual a produção de arte seria uma raridade ou mesmo uma impossibilidade. As convenções, os contextos artísticos e os padrões de cooperação gerados ao longo do tempo são entendidos como *art worlds* – e a edição, previsivelmente, é um deles (Becker, 1982; Medeiros, 2012a: 39). Note-se que o *art world* funciona em simultâneo como meio de possibilidade e como constrangimento: tomando o caso do autor, Nuno Medeiros afirma, revendo Becker, que “o seu envolvimento [dos restantes agentes do *art world*], dependente dos laços de cooperação estabelecidos no ordenamento social coordenado do livro, determina o tipo de produto textual que o autor pode realizar e o tipo de produção a que pode aspirar” (Medeiros, 2012a: 39).

Exposta que está uma perspetiva sobre o funcionamento da cultura enquanto mundo social, passemos às características específicas do campo da edição, com incidência particular no campo literário. Focamo-nos na edição enquanto atividade e mundo social e na figura do editor enquanto mediador, prescritor e estratega, partindo sobretudo de Nuno Medeiros, síntese notável das várias correntes de interpretação do mundo do livro.

1.2.1 O mundo social do livro e da literatura

Um dos pontos distintivos do campo da edição é justamente o estatuto simbolicamente *distintivo* do livro, beneficiário de uma “posição cimeira incontestada” como o paradigma do “artefacto cultural de fruição, hábito ou alarde”, pavimento para a sacralização do objeto (Medeiros, 2012b: 459) – i.e., o livro como fonte profícua de capital simbólico. Veja-se o adágio “books are different!” (Medeiros, 2009b). Este essencialismo, que na edição literária se entrecruza de modo complexo com a ideia romântica do criador-génio e com o paradigma da *arte pela arte*, foi alvo de uma genealogia de Pierre Bourdieu em *As Regras da Arte – génese e estrutura do campo literário*, obra na qual o autor francês primeiramente avançou o conceito de campo e teorizações conexas. Rejeitando, contra as tomadas de posição que disseca, a ideia da impossibilidade da análise científica da literatura e do seu campo, Bourdieu descreve a unificação (autonomização) do campo literário, operada a partir dos finais do século XIX, cuja consequência primeira foi a emergência de uma (perene) estrutura dualista do campo. As características desta estrutura são resumidas do seguinte modo:

“A partir daqui [finais do século XIX], o campo literário unificado tende a organizar-se segundo dois princípios de diferenciação independentes e hierarquizados: a oposição principal, entre a produção pura, destinada a um mercado limitado aos produtores, e a grande produção orientada para a satisfação das expectativas do grande público, reproduz a rutura fundadora com a ordem económica, que está no princípio do campo de produção restrita; esta oposição é recortada por uma oposição secundária que se estabelece, no interior do próprio subcampo de produção pura, entre a vanguarda e a vanguarda consagrada” (Bourdieu, 1996: 147).

Esta primeira oposição assenta na própria natureza dos bens simbólicos, que, como Janus, ostentam duas faces relativamente independentes: de um lado, a mercadoria – e o seu valor mercantil –, do outro, a significação – e o seu valor simbólico (Bourdieu, 1996: 168). Assim, o campo organiza-se ainda hoje segundo um “princípio de diferenciação” baseado na distância, objetiva e subjetiva, dos bens e atividades em relação ao mercado, nascendo daí dois pólos, obviamente idealtípicos, de estratégia e ação no campo literário (também aplicáveis ao campo cultural): “a subordinação total e cínica à procura e a independência absoluta perante o mercado e as suas exigências” (Bourdieu, 1996: 169). Daqui decorrem lógicas de produção e circulação totalmente antagónicas:

- 1) A lógica antieconómica da arte pura, que busca acima de tudo a acumulação de capital simbólico, em casos-limite só possível com a recusa da procura de capital económico (denegação do que é entendido como «comercial» e do lucro de tipo económico). Rejeita a adequação do produto à procura pois apenas é legítima a procura que a produção é capaz de criar. O lucro económico, sempre secundário ou discursivamente secundarizado, é naturalmente esperado mas apenas como consequência a longo prazo da acumulação de prestígio. A pequena edição, como é sabido e como veremos mais adiante, é comumente associada a este pólo, e muito particularmente a *pequena edição de poesia*.
- 2) A lógica económica, ou economicista, das indústrias literárias e artísticas, tal como foi descrita por Adorno e Horkheimer. O bem cultural ou artístico, neste caso o livro, é equiparado a qualquer outro bem comerciável, sendo produzido e difundido como tal – o capital económico tem maior importância, busca-se ajustar a produção à procura preexistente, valoriza-se o sucesso de curto prazo medido em vendas ou mesmo em alcance mediático. É, porém, da maior relevância fazer notar que o capital simbólico continua a ser disputado nos termos do campo – se assim não fosse, apenas as editoras próximas do pólo antieconómico lhe poderiam pertencer de direito. Assim, as editoras do pólo económico recusam “as formas mais grosseiras de mercantilismo” e, sobretudo, abstêm-se de uma “declaração integral dos seus objetivos interessados” (Bourdieu, 1996: 169). Um discurso de valorização da acumulação de dinheiro como um fim não cabe no *campo* literário, seja qual for o pólo e a real motivação do agente.

Neste mundo peculiar, assume preponderância, como nó de ligação entre os vários agentes, a figura do editor.

I.2.1.1 O editor; o editor literário

Tradicionalmente indestrinçável do livreiro e/ou do tipógrafo, o editor apenas se autonomiza – funcional, social e semanticamente – destes dois ofícios vizinhos a partir do fim da primeira metade do século XIX (Rouet, 1992; Medeiros, 2012b: 38). O editor passa desde então a distinguir-se como “especialista estrategicamente posicionado na coordenação das relações entre todos os que elaboram materialmente o livro, os que produzem textos e os que leem o produto final”, traçando – apoiado na massificação do objeto impresso – uma “disjunção definitiva entre o livro, objeto editorial de produção, e o texto, ato laboral de autoria” (Medeiros, 2012b: 38). É o editor enquanto mediador e prescritor (Medeiros, 2009a), incumbido de três papéis fundamentais: por um lado, é “árbitro do gosto do público” ao modelar preferências e ao prescrever sentidos; por outro, a sua ação pressupõe a “rutura de uma censura”, um fazer passar “do oficioso ao oficial” (Bourdieu e Chartier, 1993, *apud* Medeiros, 2009a: 134-135) que carrega uma legitimação do texto e também um empréstimo de poder simbólico ao autor (Bourdieu, 1999: 123); por fim, o editor cumpre uma função de filtragem, de separação entre o que faz e o que não faz sentido – é, paradoxalmente, a manutenção de uma censura –, o que impede a inundação e saturação do mercado (Medeiros, 2009a) e consequente desorientação total do comprador. Em suma: o autor cria, o editor autoriza – e nesse gesto torna-se também *criador de mundos*.

Às funções de mediação e prescrição, que se desenrolam no território da *imaterialidade*, junta-se a incontornável faceta do homem ou mulher de negócios que, para enfrentar os problemas *materiais* trazidos pelo mercado (i.e., assegurar a sobrevivência), precisa de desenvolver estratégias, que no *campo literário* seguem regras precisas. Assim, esta essência dual do editor, equiparável à dos bens simbólicos, reage – no sentido químico – com a estrutura do campo literário e gera tomadas de posição peculiares ao mundo do livro, em boa medida sustentadas “na imagem historicamente sedimentada deste agente cultural como um partidário da estética abnegada e artística”, o “*ethos* cavalheiresco”²³ (Medeiros, 2012a: 460). Isto é, as tomadas de posição, seja qual for o seu tónus, são tidas e devem ser avaliadas face a este resíduo histórico que continua a ecoar nos dias de hoje.

É então face à dualidade fundamental do mundo do livro e às sobrevivências históricas da imagem do editor que surgem aos agentes três posicionamentos possíveis e que influenciam toda a

²³ Medeiros esclarece que “esta imagem projeta-se num ideal de remissão para o passado de uma época dourada em que o *ethos* cavalheiresco produziu os grandes editores, movidos pela aventura e pela exclusiva missão de publicar o livro necessário, indiferentes aos ditames do mercado” (Medeiros, 2012a: 460).

sua ação no campo: a rejeição do pólo da produção pura, a rejeição do pólo economicista ou uma posição intermédia caracterizada pela aceitação (discursiva e prática) “da componente dual do livro” (Medeiros, 2012a: 460).

I.3. A pequena edição

O estudo das Indústrias Culturais tem-se centrado fortemente nos principais grupos editoriais e nos seus movimentos de concentração e racionalização, algo que levou Legendre e Abensour (2007a: 11) a defenderem igual atenção para as denominadas margens ou franjas. Como vimos, é um traço estrutural de todas as Indústrias Culturais, setor do livro incluído, a “diferenciação entre grandes (*majors*) e pequenas (independentes, alternativas) empresas” (Neves *et al.* 2012a: 44) – e o funcionamento das Indústrias como sistema implica que não seja possível explicar um lado sem que se entenda o outro. Na exposição que se segue centrar-nos-emos, naturalmente, no setor do livro / campo editorial literário, deixando porém a nota de que as características avançadas são genericamente partilhadas por todas as Indústrias Culturais.

Um dos aspetos mais referidos na literatura baseia-se na ideia de que os grandes grupos, pressionados pela concorrência, pelos investidores e pela necessidade de diminuição do risco, preferem apostas seguras que garantam a máxima rentabilidade no mais curto prazo, baseada em “produtos estandardizados de grande série” (Legendre, 2006, *apud* Neves *et al.*, 2012a: 42); a inovação – ou a busca e promoção de novas linguagens literárias e de autores desconhecidos –, é então tacitamente delegada nas pequenas entidades (Benhamou, 2008; Bourdieu, 1999; Bouvaist, 1989; Conde, 1990; Legendre et Abensour, 2007a, 2007b; Martins, 2005; Medeiros, 2009a; Neves *et al.* 2012a; Rouet, 1992; Sapiro, 2003; Schiffrin, 2013; Wacquant, 2005; entre outros). Da parte dessas pequenas editoras, e sob uma perspetiva de sustentabilidade económica, a aposta na inovação é também uma estratégia de sobrevivência, baseada na diferenciação por via da especialização em nichos de mercado, “où la concurrence est faible” (Bourdieu, 1999: 19) (Neves *et al.*, 2012a: 30, 42; Benhamou, 2008: 73). A teoria dos campos oferece uma explicação complementar para esta estrutura de relações: “those who occupy the dominant positions in a field tend to pursue strategies of conservation (of the existing distribution of capital) while those relegated to subordinate locations are more liable to deploy strategies of subversion” (Wacquant, 2006), ou de resistência, como Bourdieu (1999) lhes chama.

A esta atribuição do papel de inovação às margens subjaz a ideia, nem sempre explicitamente apontada na literatura mas de ampla circulação nos discursos do *subcampo* da pequena edição literária²⁴, de que a concentração afeta negativamente a *autonomia literária* das editoras (Bourdieu

²⁴ Ver o subcapítulo “Posicionamentos”, do Capítulo IV.

1999; Bouvaist, 1989). O ponto-chave passa também aqui pela gestão da incerteza: as grandes editoras apostam no inundamento do mercado com obras de ciclo curto na busca do ocasional *best-seller*, e deste modo tendem a secundarizar o critério literário, que se esperaria soberano num sistema de *arte pura*; já as pequenas tendem a apostar em políticas de longo prazo, arriscando vendas fracas e a sua própria sobrevivência em prol da publicação de obras sob o critério do mérito literário/estético, e esperando que a acumulação de capital simbólico – decorrente também desta sua “pureza” de ação²⁵, de acordo com os princípios tradicionais do *campo* – garanta proveitos económicos no longo curso.

O sistema do “oligopólio com franjas” (Benhamou, 2008) prolonga-se nos setores da distribuição e da comercialização. A concentração do setor livreiro, por vezes no formato da integração vertical, tem particular impacto nas pequenas e médias entidades pois pressiona-as a inverter a lógica do *long-seller*. As distribuidoras empurram no mesmo sentido, levando a “uma rápida rotação do produto e também a um empobrecimento da oferta” (Benhamou, 2008). A importância da distribuição é tamanha que Benhamou afirma que esta, ao lado da difusão, é a “chave da independência”, uma vez que ambas representam cerca de 50% dos custos finais do produto (Benhamou, 2008). Mas, ou precisamente por isso, nem todas as editoras mais pequenas “se encontram dependentes em termos de distribuição” (Neves *et al.*, 2012a: 44): existem estruturas de tal modo mínimas que dispensam, por necessidade ou desinteresse alheio, um dos intermediários – o distribuidor – ou mesmo ambos – a livraria (é o caso de algumas pequenas, que aprofundaremos mais à frente).

Os poucos dados disponíveis parecem indicar que estas estruturas mais rarefeitas – que muitas vezes não têm sequer funcionários afetos e dependem de trabalho voluntário –, de algum modo beneficiam do tamanho, ações e postura *micro*: no seu estudo sobre as novas editoras francesas, Legendre e Abensour (2007b) concluem que as editoras com menor estrutura e poucas ou nenhuma obrigações financeiras têm maior probabilidade de resistir a uma crise do que as médias editoras em fase de investimento; Nuno Medeiros (2012a) sugere o mesmo, realçando que a entrada no setor editorial não implica um investimento robusto, o que em parte explica o permanente surgimento de um sem número de pequeníssimas editoras. Verifica-se que a dimensão mínima da estrutura é compensada por um modo de funcionamento em rede baseado na sociabilidade informal, que envolve outros editores e outros agentes do campo editorial e literário, e que tem vindo a ser

²⁵ Ver Bourdieu (1999) para o desenvolvimento da ideia de que a inovação pode por si trazer capital simbólico. As editoras em início de atividade, que em boa parte dos casos correspondem às pequenas editoras, podem ter “un certain capital symbolique sous la forme de l’estime ou de l’admiration de quelques «découvreurs», critiques et écrivains d’avant-garde, libraires éclairés et lecteurs informés. Ce capital symbolique à l’état naissant est à peu près impossible à saisir à travers les indicateurs disponibles, il ne s’accumule en effet que très lentement, à la manière de ce que l’on appelle le «fonds», véritable richesse de l’éditeur, faite de tout l’ensemble des écrivains de longue durée.”

notavelmente ajudado pelas transformações tecnológicas em duas frentes: por um lado, na redução dos custos de impressão; por outro, na velocíssima massificação da Internet, espaço para a criação e manutenção das redes de sociabilidade e também para a venda direta de livros (Legendre e Abensour, 2007a). Refira-se ainda que a eficácia destas redes de sociabilidade informal contribui diretamente para a capacidade de inovação (Benhamou, 2008: 27).

Todas estas diferenças existem em articulação com tendências discursivas que são genericamente partilhadas pelos agentes da pequena edição, muitas vezes assumindo a forma de um “discours critique radicalisé qui englobe les acteurs dominants de la profession” (Legendre e Abensour, 2007a: 15). O ataque à industrialização da cultura, por vezes semelhante às propostas de Adorno e Horkheimer, é complementado por uma *apresentação de si* que estabelece o pequeno editor como legítimo praticante do “registo vocacional” da edição (Medeiros, 2012a) e que concomitantemente o adscribe ao pólo antieconómico da arte pura (Bourdieu, 1996). Esta “lógica (...) sustentada em práticas discursivas de amor à arte e abnegação venal” (Medeiros, 2012a) respeita a dualidade fundamental do campo literário tal como descrita por Bourdieu, bem como o princípio da conflitualidade estrutural – por exemplo, a recorrente menorização das obras produzidas pelas grandes editoras é um (importante) capítulo da disputa pelo capital simbólico.

Bourdieu, no seu estudo intitulado *Une révolution conservatrice dans l'édition*, centrado na transformação trazida pelas novas editoras francesas, de certo modo resume estes pontos numa passagem fundamental:

“Pauvres et démunis, ils sont en quelque sorte condamnés au respect des normes officielles que professent et proclament tout l'univers. Comme dit la responsable d'une petite maison du sud de la France «On ne peut pas faire un coup, on n'a pas les moyens. On est vertueux par obligation»” (Bourdieu, 1999).

I.3.1.1 A pequena edição de poesia

A poesia é um género com uma relação peculiar, mesmo paradoxal na aparência, com o mercado e com os mecanismos de reconhecimento do campo literário. Fortemente residual no quadro da publicação de livros e mesmo de literatura²⁶, a poesia beneficia de um estatuto simbólico ímpar – provindo pelo menos do período Romântico – que a posiciona como talvez o melhor exemplo daquilo que Bourdieu designa como “mercado puro” (Dubois, 2006; Bourdieu 1996, 1999), no qual o capital simbólico é a moeda corrente e o capital económico é discursivamente (e *de facto*)

²⁶ Sébastien Dubois estimou que menos de 1% da produção total de livros em França nos anos 1990, 1995, 2000, 2001, 2002 e 2003 correspondeu a livros de poesia. Os números são muito mais reduzidos se se descontarem as reedições de clássicos e as reedições para uso escolar – isto é, se procurarmos apenas os valores de publicação de poesia contemporânea (Dubois, 2006).

menorizado ou até alvo de desdém. As grandes editoras e a generalidade do público, mesmo se instruído, têm tendência para ignorar a poesia, pelo menos a coeva (Dubois, 2006), e, concomitantemente mas não apenas por isso, as tiragens são muito reduzidas. Veja-se o caso da maior coleção de poesia em França, a *Poésie Gallimard*, pertencente a uma editora histórica com enorme capital simbólico (Bourdieu, 1999), que publica livros com tiragens entre os 300 e os 700 exemplares (Dubois, 2006).

Também as disciplinas mobilizadas para este estudo têm ignorado a poesia como caso de estudo singular do setor do livro (Economia da Cultura) ou do campo literário (Sociologia da Cultura), de particular interesse se tivermos em conta as mudanças recentes na sua relação com a economia e a sociedade: “above all, it is the socioeconomic space occupied by poetry that has been modified and this in itself is the driving force for the invention of new strategies” (Dubois, 2006). Sébastien Dubois é uma das poucas exceções neste capítulo, tendo realizado vários estudos importantes sobre o subcampo da poesia francês (2006, 2010, 2011, 2013).

Uma das questões centrais colocadas por Dubois prende-se com o facto de a poesia, “while simultaneously marginalized in the marketplace and in the social space”, se mostrar fortemente dinâmica na sua produção e na sua *vida social* enquanto campo relativamente autónomo (Dubois, 2006). E não é apenas no caso francês que estes traços são visíveis: partindo de Van Itterberk (1987), Dubois afirma que as características do mundo francês da poesia, especialmente as económicas, são generalizáveis a toda a Europa – no essencial: pequenas editoras, poucos leitores, distribuição lenta, baixas tiragens e vendas reduzidas (Dubois, 2006).

Que aproximações de explicação para os paradoxos da (quase sempre pequena) edição de poesia? Dubois avança dois factos para começo de pesquisa: a importância dos apoios públicos (em França) e a qualidade tendencialmente *long seller* dos livros de poesia. Mais importante, porém, é reconhecer a poesia como “a relatively autonomous relational space”, que sobrevive – mesmo se com inúmeras dificuldades – devido ao seu funcionamento endogâmico, afastada que está do *centro* económico e social da Indústria Editorial. Os poetas, os editores, os livreiros independentes, os críticos, todos se conhecem e frequentam os mesmos espaços e eventos relacionados com a poesia (Dubois, 2006). Nestes espaços de sociabilidade e divulgação, que se estendem às redes sociais virtuais, vão sendo criados circuitos alternativos de distribuição capazes, por vezes, de compensar a dificuldade no acesso às maiores distribuidoras e cadeias livresas. É importante realçar em particular a importância das leituras públicas, alvo de um ensaio de Sébastien Dubois e Ailsa Craig para os casos de Paris, Nova Iorque e Toronto: são canais de distribuição essenciais para a poesia contemporânea num mercado que tende a asfixiar formas de arte menos apelativas comercialmente

(Craig e Dubois, 2010). O facto de muitos dos leitores de poesia serem também eles poetas, ou serem agentes do livro relacionados com a pequena edição, leva a que estes eventos sejam um verdadeiro “commercial incentive to personal relations”, estimulando ainda mais a criação e fixação das redes pessoais que sustentam o mundo da *pequena edição de poesia* (Dubois, 2006).

Não se pense, porém, que é apenas nas leituras públicas que se divulgam e vendem livros: os editores de poesia têm tendência para, em reação às dificuldades de distribuição e comercialização pelos canais comuns, apostarem em estratégias de venda multicanal (Dubois, 2006), com entregas por correio (com base, regra geral, em encomendas via Internet), apresentações em bibliotecas, eventos culturais em escolas, participação em grandes eventos de poesia (que juntam os vários anelos da rede), entre outros, ao que acresce a mais tradicional venda de livros em livrarias independentes, detidas por membros do mundo social da poesia que estão afetiva e comercialmente interessados no seu florescimento.

A relativa autonomia da poesia como espaço social e a complexidade da sua teia de relações, de base informal, leva Dubois a considerar a teoria dos campos insuficiente para que se atinjam explicações satisfatórias. Dubois concorda com os princípios-base de funcionamento do campo literário, desde a estrutura dual à contenda constante por capital simbólico, mas considera que a noção de campo exige uma homogeneidade (entre os agentes) demasiado grande para que se consigam explicar os fenómenos que ocorrem no mundo social da poesia. Os públicos são mais diversos do que se esperaria a partir de uma leitura de Bourdieu e, sobretudo, as redes são muito mais abertas a polinizações exteriores do que o teoricamente previsto. Um entendimento do mundo social da poesia exige, então, instrumentos vindos de uma “Sociology of Networks”, tal como Townley, Beech e McKinlay (2009, *apud* Baltzis, 2009: 8) adequadamente descrevem:

"...networks are contrasted with hierarchies and markets (...) Networks are assumed to have virtues that are systematically eliminated, or at least impossible to sustain, by hierarchy. Networks are open, dynamic, adaptative, and their associative nature treats expertise as an individual and shared asset. Where hierarchy relies on command and control, the organizing imperatives of networks are trust, mutuality and reciprocity. The disciplinary costs of networks are minimal or highly diffused; rewards and sanctions more subtle, continuously imposed by network members. Individual competence, behavior and motivations are constantly displayed, monitored and evaluated by peers rather than scrutinized through market mechanisms or the rule-based hierarchies. The essentially voluntary, associational nature of networks generate higher levels of commitment, are open and inclusive, providing psychological rewards beyond hierarchical organization" (Townley, Beech e McKinlay, 2009, *apud* Baltzis, 2009: 8).

No seu artigo sobre a economia da poesia francesa, Dubois conclui que este é um tópico de estudo essencial para se compreender como um setor que é “incompatible with the growing concentration of cultural industries” consegue sobreviver (Dubois, 2006: 10). As evidências sugerem

que estas pequenas editoras o fazem afastando-se dos mercados e operando segundo uma lógica cada vez mais própria e privada, tão próxima quanto possível do pólo antieconómico da arte pura.

CAPÍTULO II – METODOLOGIA E ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

II.1. Percurso exploratório e delimitação do objeto de estudo

O trabalho exploratório estendeu-se ao longo de onze meses e assentou em duas dimensões: 1) uma recolha alargada de bibliografia centrada nas áreas da Sociologia da Cultura, da Economia da Cultura e dos métodos de pesquisa em ciências sociais; 2) uma aproximação ao subcampo da *pequena edição de poesia* que foi, por um lado, informal, pela frequência de eventos públicos e estabelecimento de contacto com inúmeros agentes, e, por outro, formal, através de seis entrevistas exploratórias²⁷. O escopo do trabalho foi-se estreitando na medida do avanço da exploração: por um lado, o mapeamento do subcampo foi revelando uma quantidade e uma diversidade crescentes de pequenas editoras; por outro, a recolha bibliográfica revelou não uma escassez mas uma inexistência de estudos sobre *pequena edição de poesia* em Portugal; deste modo, concluímos que seria necessário um estudo centrado numa só editora prévio a, e eventual base para, um estudo futuro sobre todo o subcampo.

A escolha da editora recaiu na Mariposa Azul por duas ordens de razões: 1) ao contrário da maior parte das pequenas editoras de poesia portuguesas, a Mariposa Azul tem vários anos de atividade, e, conseqüentemente, permite comparações ao longo do tempo e a recolha de uma maior quantidade e diversidade de dados; 2) durante a fase exploratória do estudo fui (incidentalmente) abordado pelos seus editores para figurar numa antologia²⁸ de diversos autores; a participação como autor em apresentações públicas da editora – oportunidade de observação privilegiada do seu funcionamento – e a aproximação pessoal aos editores aumentaram o interesse pelo seu estudo. A este propósito, caberá aqui uma curta mas necessária reflexão sobre distanciamento analítico.

Earl Babbie, à semelhança de virtualmente todos os autores que escreveram sobre aspetos de metodologia e epistemologia, alerta para os perigos de se estudar um campo em que o investigador está envolvido: “you may begin to «go native» and lose much of your scientific detachment” (Babbie, 2013: 329). De facto, no caso de um estudo como este, o perigo da parcialidade analítica advém não tanto da proximidade pessoal que fui ganhando com os editores mas mais de aspetos relacionados com as próprias regras basilares do campo, de poder ser *contaminado* pelos princípios do *pólo antieconómico da produção pura* (Bourdieu) e, assim, reproduzir acriticamente o discurso dos seus agentes – a forma mais fácil de *to go native* neste campo de estudos. Creio, contudo, que dois dos principais sustentáculos teóricos deste estudo, Pierre Bourdieu e Nuno Medeiros, forneceram material basto para evitar semelhantes armadilhas – a conjugação das teorizações e considerações de ambos sobre os posicionamentos no campo literário permitiu enquadrar os

²⁷ Ver o separador “Métodos e Técnicas de Investigação”, neste capítulo.

²⁸ AAVV (2015), *Voo Rasante*, Lisboa, Mariposa Azul, págs. 8-10, sob pseudónimo.

discursos recolhidos num quadro analítico robusto, como aliás foi sempre preocupação minha ao longo do estudo.

Não obstante, o facto de estudar uma editora na qual fui publicado não deixa de constituir um perigo evidente e de *per se*, e duplo – pois não apenas existe o risco de uma parcialidade causada por um excesso de proximidade mas também o risco de, ao tentar evitar o perigo anterior, comprometer a recolha de dados através de uma abordagem excessivamente *clínica* e *fria* (Babbie, 2013: 328), obviamente inadequada num estudo qualitativo. Ou seja: é necessário, sim, procurar o distanciamento analítico no *acercamento* (Gomes, 2012: 73), tornar estranho o familiar, na formulação de Gilberto Velho, mas ao mesmo tempo não esquecer que a empatia é também um modo de facilitar a recolha de dados. Dosear as distâncias, no fundo.

Por fim, o próprio ato de tomar consciência dos riscos e de incluir essa reflexão na análise é também um modo de contornar os problemas da proximidade ao, de certo modo, aceitar a sua inevitabilidade: “the impact of the observer whether in experiments, surveys, or field research often cannot be avoided, but we can be conscious of it and take it into account in understanding what we have observed” (Babbie, 2012: 331).

II.2. Abordagem epistemológica e teórica

Enveredámos pelo estudo desta *pequena edição de poesia* a partir de duas questões gerais ou questões *grand tour* (Creswell, 1994): como funciona hoje e desde a sua fundação a Mariposa Azul; como se posiciona a Mariposa Azul no subcampo da *pequena edição de poesia*.

A inexistência de estudos sobre a *pequena edição de poesia* em Portugal significa também a inexistência de dados sistematizados sobre os agentes e organizações do subcampo. Se os houvesse, teríamos optado pela adoção de modelos anteriores com cujos resultados e preposições²⁹ confrontaríamos a *empíria* recolhida. Tratar-se-ia, então, de um estudo com clara orientação lógico-dedutiva (Babbie, 2004).

Neste caso, acabámos por seleccionar um estudo o mais aproximado possível do tipo de trabalho que nos propusemos fazer e a basear nele, parcialmente, a estrutura do nosso modelo de análise, bem como diversos conceitos, indicadores, dimensões e variáveis: trata-se de *Regards sur l'édition I. Les petits éditeurs. Situations et perspectives*, trabalho de Legendre e Abensour (2007a) aplicado ao território francês. O modelo que usámos divide-se em seis grandes tópicos: história da editora, modo de organização, projeto editorial, modo de comercialização, posicionamentos e tomadas de posição, perspetivas de futuro. Ainda assim, o facto de o estudo de Legendre e Abensour

²⁹ No sentido que lhes é atribuído por Babbie: “specific conclusions, derived from the axiomatic groundwork, about the relationships among concepts” (Babbie, 2013: 70).

versar sobre a *pequena edição* em geral e não sobre a *pequena edição de poesia*, ao que acresce o uso de indicadores adaptados à realidade francesa que no subcampo português não são aplicáveis, levou à criação de um modelo de análise aberto, a todo o momento poroso à transformação instigada pelos *inputs* dos agentes, e à adaptação de diversos conceitos, indicadores, dimensões e variáveis ao contexto apercebido da *pequena edição de poesia* em Portugal.

A esta estrutura-base de trabalho acrescentámos ainda diversos materiais teóricos e empíricos vindos de outros autores, particularmente no tópico dos aspetos discursivos e dos posicionamentos – onde nos baseámos nas propostas teóricas de Pierre Bourdieu³⁰ relativas ao campo literário e que é um acrescento nosso relativamente ao modelo de Legendre e Abensour – e em todos os aspetos diretamente relacionados com a economia da poesia (falamos aqui, sobretudo, dos vários artigos de Sébastien Dubois³¹). O tópico “história da editora” é também acrescento nosso – necessário para o enriquecimento do estudo ao permitir comparações diacrónicas – e funciona de modo instrumental em relação aos restantes tópicos, estando *diluído* nos tópicos de observação³².

O estudo doseia em partes semelhantes dois dos três grandes fins da pesquisa tal como definidos por Babbie (2013): é *descritivo* na medida em que se procura descrever o funcionamento da Mariposa Azual em si e face ao subcampo da edição de poesia, estabelecendo nexos entre os factos – ou seja, procura-se responder a questões de *o quê, onde, quando e como* –, e é *explicativo* na conjugação permanente entre os dados recolhidos e a teoria – ou seja, procura-se também responder a questões de *porquê*.

Em suma, trata-se de um estudo de tipo qualitativo com uma lógica de pesquisa dual: ora lógico-dedutiva, no que diz respeito ao teste – parcial – de um modelo e de diversos conceitos, indicadores, dimensões e variáveis, ora indutiva, pela permanente abertura a afinações no modelo a partir dos dados recolhidos e analisados.

Os tópicos de observação³³, base da elaboração dos guiões das entrevistas semiestruturadas e base também da análise da totalidade dos dados recolhidos relevantes, são o resultado desta fusão entre várias propostas teóricas.

II.3. Métodos e técnicas de investigação

II.3.1. Entrevistas exploratórias

³⁰ Ver Bourdieu (1989, 1991, 1996, 1999).

³¹ Ver Dubois (2006, 2010), Dubois e Craig (2011), Dubois e François (2013).

³² Ver Anexo A.

³³ Ver Anexo A.

Na fase inicial do estudo, quando, conforme foi já referido, o seu foco se previa mais alargado, realizámos seis entrevistas exploratórias divididas entre cinco³⁴ agentes do subcampo da *pequena edição de poesia* e dois estudiosos do mundo do livro³⁵; as entrevistas foram realizadas sem recurso a gravador e apoiaram-se em guiões – elaborados *ad hoc*, consoante as características dos entrevistados – entre o não-estruturado e o semiestruturado.

II.3.2. Entrevistas semiestruturadas

A maioria dos dados analisados foi recolhida através de cinco entrevistas semiestruturadas realizadas, com recurso a gravador, ao longo de um período de cerca de quatro meses. Entrevistámos duas vezes os atuais editores da Mariposa Azul (Helena Vieira e Leonel Guerreiro), um ex-editor fundador e também autor (Nuno Moura) e dois autores (Miguel Cardoso e Miguel-Manso).

O critério de escolha dos autores entrevistados baseou-se nas diferenças nas condições de publicação – um dos autores publicou pela primeira vez na Mariposa Azul e tem vindo a publicar noutras pequenas editoras de poesia (Miguel Cardoso); o segundo publicou livros em edição de autor antes da edição na Mariposa Azul e mais tarde publicou em editoras de média dimensão como a Relógio d'Água e a Tinta da china (Miguel-Manso); o terceiro autor foi publicado enquanto editor da própria Mariposa Azul e publicou antes e depois em várias editoras, todas de pequena dimensão (Nuno Moura). Os propósitos deste grupo de entrevistas consistem, por um lado, na procura de uma maior amplitude na compreensão das modalidades de publicação da editora, o que inclui a possibilidade de triangulação de dados; por outro lado, na comparação com o funcionamento de outras editoras portuguesas; e por fim, no desejo de se aprofundar os dados recolhidos sobre aspetos discursivos e posicionamentos, na busca de regularidades com as proposições teóricas. As entrevistas aos autores foram realizadas a partir de guiões semelhantes, possibilitando comparações sistemáticas mas naturalmente limitadas. Este grupo de entrevistas não pretende ser representativo pois o seu objetivo passa sobretudo por complementar e confrontar as principais informações obtidas – mais ainda, um estudo aprofundado dos autores da Mariposa Azul, por maior que fosse o seu interesse, roubaria tempo e recursos para a elucidação de outros aspetos fundamentais do estudo.

Nuno Moura foi entrevistado também na qualidade de fundador e ex-editor da Mariposa Azul, tendo esta entrevista contribuído, sobretudo, para a triangulação de dados e para o apoio às comparações diacrónicas nas várias dimensões abordadas³⁶.

³⁴ Uma das entrevistas exploratórias deste grupo foi realizada em simultâneo a dois agentes, Nuno Moura e Joana Bagulho. Ver anexo C.

³⁵ Ver Anexo C para breves perfis dos entrevistados. Emanuel Cameira, coorientador desta dissertação, foi entrevistado ainda apenas na qualidade de estudioso do mundo do livro (29-7-2014).

³⁶ A entrevista exploratória feita a Nuno Moura e a Joana Bagulho, inserida numa fase bastante anterior do estudo – em que o objeto estava ainda em definição –, centrou-se na atividade atual de ambos como editores

Por fim, foram realizadas duas entrevistas aos dois atuais editores, Helena Vieira e Leonel Guerreiro. O guião da primeira entrevista espelha, previsivelmente, os tópicos de observação, de tal modo que ambos se correspondem sem desvios significativos. A primeira entrevista realizada aos editores constituiu a principal fonte de dados para este estudo. Com o intuito de clarificar aspetos e recolher dados que não fora possível obter na primeira entrevista – que durou perto de três horas –, fez-se uma segunda entrevista.

Todos os dados recolhidos dizem respeito ao período de quatro meses entre junho e setembro de 2015. O período de observação foi expandido dos iniciais dois meses para quatro, uma vez que a realização da entrevista a Nuno Moura foi decidida quando, após termos feito e transcrito as anteriores, reconhecemos que seriam necessários outros dados³⁷.

II.3.3. Restantes dados e fontes

Para além dos dados que decorreram das entrevistas e que foram recolhidos posteriormente – por exemplo, o catálogo editorial detalhado, dados biográficos sobre os autores, registos de tiragens e de vendas –, recolhemos dados complementares e dados secundários³⁸ essencialmente por via *online*: no *site* da Mariposa Azul³⁹ e em arquivos de jornais e revistas, para o primeiro grupo, e em arquivos legais (essencialmente para as políticas públicas) e de jornais e revistas, para o segundo. As reportagens e notícias que usámos neste trabalho têm um estatuto marcadamente inferior face às restantes fontes: afinal, trata-se de informação recolhida (e apresentada) sob pressupostos diferentes dos de um trabalho académico; não é nunca utilizada como meio de prova. Mais: a especial permeabilidade deste campo à circulação de discursos enfáticos, por vezes de autoexaltação individual ou grupal, pede especial cautela crítica no uso de fontes como estas. Assim, as peças de jornal e revista são usadas neste trabalho com dois intuitos principais precisos, restritos: 1) recolha de

da Doula Correria e da Mia Soave e em aspetos gerais do subcampo da edição de poesia, i.e., o seu objetivo e o seu estatuto são consideravelmente diferentes do da entrevista semiestruturada feita a Nuno Moura na qualidade de ex-editor, fundador e autor da Mariposa Azul.

³⁷ As datas de realização das entrevistas semiestruturadas foram as seguintes: 22-06-2015, Miguel Cardoso (entrevista nº1); 22-07-2015, Helena Vieira e Leonel Guerreiro (entrevista nº2), 23-07-2015, Miguel-Manso (entrevista nº3); 20-08-2015, Nuno Moura (entrevista nº4); 16-10-2015 – Helena Vieira e Leonel Guerreiro (entrevista nº5). A segunda entrevista a Helena Vieira e Leonel Guerreiro foi realizada já após o limite do período de observação (30 de setembro de 2015); porém, ficou estabelecido com os entrevistados que os dados a recolher diriam apenas respeito a esse período e não às primeiras duas semanas do mês de outubro. Em todas as transcrições em discurso direto que reproduzimos neste trabalho usaremos a referência “entrevista nº...” para indicar a fonte.

³⁸ Entendemos *dados complementares* como os que se referem diretamente à atividade da Mariposa Azul, como sejam dados bibliográficos das obras publicadas ou factos biográficos dos autores, e *dados secundários* como os de carácter geral mais diretamente relacionados com o subcampo da pequena edição de poesia ou com o campo literário, como sejam os dados sobre políticas públicas para apoio à criação literária. Ver Quivy e Campenhoudt (2008: 201-205) sobre este último grupo.

³⁹ Link: <www.amariposa.net>

discurso direto dos agentes, fornecido em entrevistas ou em artigo assinados pelos próprios; 2) recolha de alguns dados impossíveis de obter por outra via.

CAPÍTULO III – CARACTERIZAÇÃO

III.1. A edição e a edição de poesia em Portugal

Em Portugal, nos anos 40, 50 e 60, predominaram editoras de média e essencialmente de muito pequena dimensão “nas quais a personalização da gestão, a baixa segmentação e a reduzida especialização interna” eram regra, bem como a prevalência de uma dimensão artesanal em detrimento de uma “organização empresarial moderna” (Medeiros, 2010: 264). Apesar das múltiplas e profundas mudanças que despontaram, maioritariamente, a partir do 25 de Abril de 1974⁴⁰, esta estrutura geral foi-se mantendo idêntica até à chegada, relativamente tardia, das “dinâmicas de integração singulares” (Neves *et al.*, 2012a: 270) da concentração livreira, a partir de 1985, e editorial, já no século XXI (Beja, 2011: 6).

Não obstante a singularidade dos processos (em curso) de integração, o setor português da edição tem-se aproximado da estrutura comum a tantos outros países ocidentais: o denominado “oligopólio com franjas” (Benhamou, 2008), composto pelos poucos grandes grupos (Porto Editora, Leya, Babel), por um número reduzido de editoras médias filialmente independentes (Relógio d’Água, Tinta da china, Cavalo de Ferro, Antígona, Cotovia, para referir apenas algumas editoras que publicam literatura) e por uma profusão de pequenas editoras, igualmente independentes, frágeis do ponto de vista financeiro, com baixas produções, artesanais no sentido de trabalharem à revelia ou contra a corrente do “movimento de racionalização económica do setor” (Neves *et al.*, 2012a: 42). Os dados disponíveis mais recentes (janeiro de 2015) indicam que os dois principais grupos, a Leya e a Porto Editora, representam hoje uma quota de mercado de aproximadamente 50%; se considerarmos os cinco maiores operadores, a percentagem aumenta para 66%⁴¹.

A jusante das editoras, as dinâmicas de integração contribuíram e têm contribuído para alguns efeitos significativos na distribuição e na comercialização. No primeiro setor deram-se neste século duas grandes vagas de falências de empresas distribuidoras independentes, atribuídas ao aumento da distribuição própria nas editoras, em particular nas de maior dimensão e peso no

⁴⁰ As mudanças foram mapeadas com detalhe por Beja (2011), no seu estudo *A edição em Portugal (1970-2010): percursos e perspetivas*. Julgamos relevante nomeá-las: “Ao longo destes quarenta anos – 1970-2010 – a edição em Portugal enfrentou desafios e sofreu transformações de vulto, mesmo radicais, em todos os domínios de atuação: direitos de autor, políticas editoriais, técnicas de produção gráfica, marketing do livro, meios de comunicação e divulgação, estrutura do mercado, ordenamento legal, regras ortográficas, organização empresarial, organização associativa, instituições públicas, projetos de incentivo ao livro e à leitura, hábitos de consumo, novos meios de informação e entretenimento, novos suportes digitais de leitura, e permanente reinvenção de sofisticados processos para obtenção de cópias ilegais. O crescimento exponencial da internet a partir de 1993 e a revolução digital que se lhe vai seguindo constituem, mais que um desafio, uma mudança de paradigma: do meio milénio que o ser humano viveu na era da «galáxia Gutenberg» para a entrada na nova era da «informação globalizada»” (Beja, 2011: 2). A este título, será útil consultar também Neves *et al.* (2012a e 2012b) e Medeiros (2012a).

⁴¹ <https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/setores-portugal2015/jan-industria-editorial.pdf>
Consulta em: 28 de agosto de 2015.

mercado, e à redução das margens promovida pelos grandes grupos do retalho⁴²: a primeira vaga, em 2001 e 2002, com as falências destacadas da DigLivro e da Audil; a segunda, a partir de 2012, com o fecho da, à época, maior distribuidora portuguesa, a CESodilivros.

No que à comercialização diz respeito, o mercado é hoje dominado, em matéria de proporção de vendas, por grandes cadeias especializadas (em particular a Fnac e a Bertrand, esta pertença da Porto Editora) e por estabelecimentos de propósito principal diverso, como os super- e os hipermercados – onde, entre 2007 e 2013, se venderam consistentemente perto de metade de todos os livros comercializados em Portugal (Neves *et al.*, 2014: 63). Em simultâneo, o número de pequenas empresas, que correspondem aproximadamente às denominadas livrarias independentes, tem decrescido consideravelmente – 19% entre 2004 e 2012 –, sobretudo a partir de 2008, ano do eclodir de uma crise financeira e económica global que teve efeitos em todo o setor português do livro (Neves *et al.*, 2014). As livrarias independentes serão mesmo, de entre todos os agentes do setor do livro, as mais afetadas pelos processos de integração e pela crise económica (Neves *et al.*, 2014: iv).

Porém, paralelamente a estes processos, tem-se assistido a um crescimento galopante da autoedição, que muito deve à expansão da internet, da edição eletrónica e da edição a pedido (Neves *et al.*, 2014: 42-43), e que se constitui ao arripio da racionalização económica e funcional e também da profissionalização que caracterizam as grandes editoras. Num degrau acima em termos de organização e formalização, mas partindo de certos princípios económicos e discursivos amiúde semelhantes, as editoras mais pequenas têm florescido contra, em paralelo ou à margem dos processos de integração.

Como é sabido, não existe hoje nenhum mapeamento sistemático, académico, da pequena edição em Portugal, quer incidente na atualidade quer relativo a um determinado período de tempo do passado; a por vezes denominada “nova vaga” de pequenas editoras (ou editoras *independentes*, mas já lá iremos) tem sido acompanhada superficialmente, e de modo bissexto, apenas por alguns jornais e blogues. É, portanto, difícil fazer comparações no tempo – como: *o número de pequenas editoras de poesia [ou de outro nicho] tem crescido nos últimos anos*⁴³ – ou chegar a conclusões definitivas. Ainda assim, partindo da observação feita, da análise de artigos e entrevistas, e também de algumas conclusões e hipóteses da literatura, é lícito alinhar um conjunto de dados e interpretações – provisórias, hipotéticas – que dão um breve panorama geral do contexto em que a Mariposa Azul se insere atualmente. Doravante, centramo-nos na *pequena edição de poesia* – enquadrada no campo literário e na edição literária em geral.

⁴² Alguns contributos podem ser referidos a partir da comunicação social. Ambas as vagas de falências foram alvo de reportagens por parte do jornal Público, a primeira por Alexandra Lucas Coelho (21-07-2002) e a segunda por Isabel Coutinho (31-08-2012).

⁴³ Ver, por exemplo, o artigo do jornal Público intitulado “O cardume da poesia”, de 11 de janeiro de 2012. <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/o-cardume-da-poesia299050> Consulta em: 9 de setembro de 2015.

Muitas das pequenas editoras literárias de hoje, particularmente as de poesia, declaram recorrentemente uma filiação na &etc⁴⁴, o projeto de Vitor Silva Tavares que ao longo de quarenta e dois anos de atividade como editora (1973-2015)⁴⁵ acumulou um elevado capital simbólico no campo literário português. A influência tem-se feito sentir nas pequenas editoras a todos os mais importantes níveis: os meios e modos de organização e produção, os meios e modos de comercialização, o projeto editorial e os posicionamentos.

Apesar de todas as imensas diferenças entre elas, falamos indubitavelmente de *indústrias pessoais* (Martins, 2005: 197): projetos em que um editor, no máximo dois, se incumbem de todas as tarefas relevantes da feitura e venda de um livro – excluindo em regra a impressão e, por vezes, a paginação e o grafismo – no seio de uma estrutura informal e personalizada, isto é, que se confunde com, e que é dependente do, editor. Dedicam-se particularmente à poesia contemporânea, que as grandes editoras e a generalidade do público⁴⁶ tendem a ignorar (Dubois, 2006), e (também) por isso apresentam tiragens médias muito reduzidas. São, portanto, entidades especializadas, ou de nicho, um dos comuns aspetos da diferenciação entre grandes e pequenas editoras – esse “traço estrutural das indústrias culturais” (Neves *et al.*, 2012a: 44) –, que procuram cumprir a função de inovação que as grandes editoras tacitamente delegam nas estruturas menores⁴⁷.

Como as tiragens, também o ritmo de produção é baixo, muitas vezes irregular por depender da disponibilidade financeira momentânea dos próprios editores. Esta pequenez de escala permite que muitas das pequenas editoras de poesia (e não só) abduquem da contratação de distribuidoras em prol da venda direta, ainda que tal não implique o afastamento das livrarias, sobretudo das independentes. Se a distribuição é a chave da independência (Benhamou, 2008), algumas destas

⁴⁴ Ver, a título de exemplo, a entrevista concedida pelos editores da Averno, editora de poesia fundada em 2002, ao blogue Tantas Páginas, na qual Manuel de Freitas e Inês Dias declaram Vitor Silva Tavares como o seu “modelo de editor” – <https://tantaspaginas.wordpress.com/2012/02/01/averno-nos-ultimos-anos-a-poesia-e-a-literatura-perderam-terreno-isso-nao-e-uma-catastrofe-a-poesia-da-se-bem-em-condicoes-adversas/> Consulta em: 15 de julho de 2015. Como veremos mais adiante, também os fundadores da Mariposa Azul reconhecem abertamente a influência, colocando-a num lugar cimeiro entre todas. Note-se que também o próprio Vitor Silva Tavares (1937-2015), editor da &etc, comungava desta posição, tendo afirmado, numa entrevista publicada no suplemento Ípsilon do jornal Público de 15 de março de 2015, que editoras como a Averno, a Fenda e a Contexto (esta última já descontinuada) são “os filhotes da &etc” – <http://www.publico.pt/culturaipilon/noticia/porta-fora-da-aula-de-poesia1688041> Consulta em: 13 de março de 2015.

⁴⁵ Entre 1968 e 1973, &etc foi o nome de um suplemento cultural do Jornal do Fundão. Criado por Vitor Silva Tavares a convite de José Cardoso Pires, o &etc bateu-se com a censura do Estado Novo e serviu como antecâmara para a ética e a prática subversivas, contrapoder, da editora. A este respeito, ver, p.ex., a entrevista de Alexandra Lucas Coelho a Vitor Silva Tavares em AAVV, 2013: 104-137.

⁴⁶ Alguns indicadores indiretos podem dar uma noção da marginalidade da poesia face a outros géneros literários, como o romance, ou face a outros tipos de livro. No estudo *A Leitura em Portugal*, editado em 2007, dá-se conta de que apenas 5,1% dos inquiridos listam a poesia como um dos três géneros lidos com maior frequência, e que, similarmente, 6,3% indicam ser este o género de livros que possuem em maior quantidade – e pouco mais de um terço refere ter, sequer, livros de poesia, contra os 81,5% que possuem enciclopédias e dicionários, por exemplo (Santos, 2007: 107, 142).

⁴⁷ Ver Capítulo I – Revisão da Literatura.

pequenas editoras optam por fazê-la elas mesmas – e, nesse gesto, reforçam a necessidade da exiguidade das tiragens e do baixo ritmo de produção, uma vez que uma mudança exigiria um arriscado crescimento da estrutura.

A possibilitar este peso da venda direta de livros estão dois fenómenos da maior importância: a expansão do uso da Internet (de resto, generalizada a todos os domínios da vida social, económica e cultural) e a prática comum da organização de apresentações e leituras em público.

A Internet, hoje utilizada, com maior ou menor intensidade, por todas as editoras⁴⁸, tem contribuído para abolir as distâncias entre o editor e o cliente e também entre o autor e o leitor; tornou-se verdadeiramente numa forma naturalizada de divulgação, de sociabilização e de venda de livros. Acresce, em particular, o seu papel no escoamento dos fundos (Neves *et al.*, 2007: 116), que torna problemática qualquer tentativa de conexão entre a ascensão do uso da Internet e o declínio das livrarias. Este novo meio possibilitador de escoamento é de uma importância particular para a *pequenas editoras de poesia*, que, por oposição aos grandes grupos, publicam tipicamente sob a lógica do *long seller* (Craig e Dubois, 2010), ou o livro de rotação lenta – e eis outra característica que partilham.

As apresentações e as leituras públicas – diga-se, convocadas via Internet – são uma prática comum e generalizada que cimta o peso da venda direta de livros, tanto do que é apresentado numa dada sessão como dos restantes constituintes do catálogo. A sua importância para a economia da poesia é, de resto, resolutamente sublinhada por Craig e Dubois: “(...) we find that readings are crucial to poetry economies because they foster and maintain distribution networks for contemporary poetry in a global marketplace that tends to ‘squeeze out’ forms of art that lack broad commercial appeal” (Craig e Dubois, 2010: 1). Além disso, e não com menor importância, as apresentações e as leituras públicas constituem relevantes espaços relacionais, “espaços concretos, visíveis e identificáveis territorialmente” onde se desenrolam “relações, práticas e posicionamentos” (Medeiros, 2010: 261) entre os diversos agentes que orbitam a *pequena edição de poesia*. A presença recorrente dos mesmos agentes na maioria dos eventos, as complexas teias que entre eles se estabelecem, permitem que, partindo novamente de Craig e Dubois, classifiquemos estes espaços como palcos principais do “relatively autonomous social space” (Craig e Dubois, 2010: 1) que é a poesia portuguesa contemporânea⁴⁹. É também aqui que se verifica a bicefalia da distribuição

⁴⁸ Na verdade, não apenas as editoras: “in most cultural fields every professional or company, regardless of its size and physical location, has a web presence and posts new work online” (Manovich, 2009, *apud* Baltzis, 2009: 7).

⁴⁹ Em artigo de 2012 no jornal Público, estas editoras são referidas como um *cardume*: “[p]ela sua natureza dispersiva e proliferante, o cardume das pequenas e médias editoras de poesia não funciona verdadeiramente em rede, apesar de a partilha ser típica desta comunidade de independentes. Se pegarmos nas revistas ou nos livros, vemos que os nomes se cruzam, se repetem; se ouvirmos os editores, percebemos

geográfica e da ação das pequenas editoras de poesia: a vasta maioria dos eventos concentra-se nas cidades de Lisboa e do Porto.

Temos, por fim, os posicionamentos dos agentes – outro tópico central do olhar sociológico sobre o campo literário e sobre o campo da edição. Embora obviamente múltiplos, os posicionamentos assumem recorrentemente uma configuração comum: a de um “discurso crítico radicalizado” (Legendre e Abensour, 2007a: 15) que, aliás, sublinha uma vez mais o caráter estruturalmente conflitual do campo (Bourdieu, 1996). Basilar é a ideia de que a concentração editorial afeta a autonomia literária das editoras *afiliadas* (Bourdieu 1999; Bouvaist, 1989) ao impor os géneros e os autores que garantam a máxima rentabilidade no mínimo tempo possível. Daqui, argumenta-se, decorre uma uniformização estética que caberá às pequenas editoras combater através de uma resistência tendente à liberdade criativa e à inovação, destacando-se as que se dedicam a géneros particularmente marginalizados como a poesia (Medeiros, 2012a: 463)⁵⁰. Estas são marcadamente “práticas discursivas de amor à arte e abnegação venal”, baseadas num “registo vocacional do editor” (Medeiros, 2012a: 463) cuja genealogia foi, como é sabido, detalhadamente traçada por Pierre Bourdieu (1996). A expressão *edição sem editores*, de circulação alargada⁵¹, colhe aqui explicação: implica uma menorização do editor que exerce uma profissão equiparável a qualquer outra que envolva trocas económicas – visto como um editor-gestor, economicista, despreocupado com a qualidade literária do que publica – face ao autodidata apaixonado (Legendre e Abensour, 2007a), o único *verdadeiramente* merecedor do epíteto porque, diria Pierre Bourdieu, o único que continua a cumprir as regras primordiais do campo literário (Bourdieu, 1996).

Vitor Silva Tavares configurava, neste aspeto, o exemplo de um discurso particularmente radical, que chegava mesmo a ser acintoso para com as grandes editoras – e, em geral, o capitalismo, fazendo ressoar Adorno e Horkheimer. Nele encontramos a convicção de que as diferenças entre as

que se entrecruzam. Por isso, editar não lhes sai caro.” <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/o-cardume-da-poesia299050> Consulta em: 9 de setembro de 2015.

⁵⁰ Veja-se, entre tantos, um exemplo deste género de discurso numa declaração de Paulo Tavares, poeta e editor da Artefacto, constante numa reportagem de Joana Emídio Marques – jornalista mas também poeta, i.e., pertencente ao subcampo – feita para o jornal *online* Observador: “É possível que os projetos editoriais mais modestos nos seus meios tenham surgido, em parte, como resposta a esta feroz uniformização, que é também uma uniformização do gosto e um eficaz contributo para uma branda invasão bárbara.” (ver: <http://observador.pt/especiais/editoras-indie-um-roteiro-livros-alternativos/>; consulta em: 13 de janeiro de 2016). A ideia de que as maiores editoras ignoram a poesia – ideia que é secundada pela literatura – é também bastas vezes repetida; veja-se, por exemplo, Maria Sousa, editora da Do Lado Esquerdo, de Coimbra: “as grandes editoras estão-se a marimbar para a poesia” (ver: <http://p3.publico.pt/cultura/livros/9007/quotdo-lado-esquerdoquot-micro-editora-que-gosta-de-tiragens-unicas>; consulta em: 5 de junho de 2015)

⁵¹ Um exemplo pode ser encontrado no artigo-panorama sobre a pequena edição de poesia, intitulado “O cardume da poesia”, publicado em 2012 no jornal Público: “[r]eacção ao avolumar da edição sem editores - a lógica cada vez mais dominante dos conglomerados editoriais, regra geral regidos por gabinetes de gestão financeira paraliterários que visam o lucro a curto ou curtíssimo prazo, através de livros de rápida rotação no escaparate, tal como a novíssima sandália havaiana para a estação ou a margarina ainda mais "light" (...)”. <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/o-cardume-da-poesia299050> Consulta em: 9 de setembro de 2015.

grandes e as pequenas editoras são comandadas por duas grandes linhas: a da ética e a do modo de produção – indestrinçáveis, de resto⁵².

A evidente desvalorização do capital económico face ao simbólico coloca estas editoras e os autores que publicam, malgrado todas as diferenças, no (ideal-típico) *pólo antieconómico da arte pura*, tal como descrito por Pierre Bourdieu. Não é uma conclusão surpreendente: Dubois faz notar que os poetas estão “among those most markedly participating in fields of restricted production” (Dubois, 2006) e Dubois e François colocam toda a poesia francesa contemporânea neste pólo (Dubois e François, 2013: 87).

III.2. Clarificações conceptuais: sobre a pequena edição de poesia

Mas o que é, afinal, a *pequena edição de poesia*, nos termos que temos utilizado? Que papel atribuir e que definição dar ao conceito de *editora independente*? Porque falamos em *subcampo*? Enfim: o que constitui uma *pequena editora de poesia*?

No estudo que é principal base empírica desta dissertação, Legendre e Abensour elaboram uma definição operativa de pequena editora que, embora pertinente, força-nos a levantar algumas objeções. Um dos três critérios de definição consiste num limite superior de 250 títulos em catálogo, que exclui, sem motivo bastante, editoras antigas que sempre se mantiveram e reclamaram *pequenas* – em Portugal, o caso mais notório seria o da recentemente desaparecida &etc, que laborou ao longo de 42 anos em moldes semelhantes e que superou largamente os 250 títulos editados⁵³. Um segundo critério prende-se com o “respeito pelo direito de autor”, que pressupõe a contratualização ou formalização da relação entre o editor e o autor (Legendre e Abensour, 2007a: 18). Sabemos que, tanto no caso da Mariposa Azul como no da maioria das editoras mais pequenas (de poesia ou não), este é um procedimento raro. O pagamento de direitos é comumente substituído pela entrega de um certo número de livros ao autor, como é prática na própria Mariposa.

O terceiro critério já parecia de aplicação menos problemática: para Legendre e Abensour, uma pequena editora deve ter uma política editorial identificável, que invista o editor nas suas típicas

⁵² “Quando noutras entrevistas me perguntam: ‘Que linhas segue a &etc do ponto de vista do conteúdo?’ – tenho grande dificuldade em responder. O mais fácil é apresentar o catálogo e pedir que tirem as próprias conclusões. As linhas de força estão patentes no catálogo. Não é uma, serão várias. Então qual é o denominador comum? O modo de produção. Esse é exatamente o mesmo hoje, como quando nasceu. E é esse modo de produção que é político. Porque é fácil fazer catilinárias contra a exploração capitalista, contra a globalização das multinacionais. Eu, em qualquer café, posso estar a falar três horas sobre isso e entretanto, na minha vidinha, no meu comportamento, cá estou eu. Não é verdade? Ora, aqui temos outro modo de produção — aí está a resposta, a resistência, a resistência” (AAVV, 2013).

⁵³ Mais precisamente, a &etc editou 367 livros entre 1973 e 2015, contando com *Anonimato*, de Diogo Vaz Pinto, lançado pouco depois da morte do editor Vitor Silva Tavares. Fonte: AAVV (2013) e contabilização fornecida por Pedro Serpa para os títulos subsequentes (Pedro Serpa colaborou com Vitor Silva Tavares nos últimos anos da editora – entre 2007 e 2015, fez paginação, ilustração, grafismo e capas).

funções de mediador e prescritor. Assim se excluem da definição de pequena editora os autoeditores – que não operam uma mediação e que não publicam sob uma chancela formalizada – e também as casas de publicação a pedido, nomeadamente aquelas em que o autor partilha os riscos económicos da publicação ou suporta, até, os seus custos na totalidade. Mas é necessário definir critérios para se entender o que é uma política editorial *identificável*, algo que Legendre e Abensour não fazem (talvez por a criação deste tipo de critérios se afigurar bastante problemática).

Esta dificuldade em definir *pequena editora* prende-se desde logo pela relatividade do adjetivo, que força o conceito a transfigurar-se consoante o contexto. Esse seria um argumento a favor do uso do termo *editora independente*, de larga circulação no campo editorial, mas são duas as faces do conceito: uma, concreta e facilitadora, consiste no critério objetivo da independência filial face a grupos editoriais – sabemos que, em 2007, 76% das editoras portuguesas eram-no (Neves *et al.*, 2012b: 43-45) –, e uma outra face, problemática porque dependente de juízos estéticos e até de antipatias pessoais. Uma editora independente filialmente pode não ser considerada independente pelos seus pares por publicar *best sellers*; uma editora membro de um conglomerado pode declarar ter absoluta independência nas escolhas editoriais e tornar a questão em mais um capítulo do estado de conflito que permeia o campo. De facto, *independente* é quase sempre um qualificativo de autoexaltação e de exclusão – exclusão de certas editoras dos domínios castradores do “mercado” e exclusão das grandes editoras dos domínios da “produção pura”; autoexaltação da qualidade, importância e grau de novidade do que uma editora (ou o seu grupo de afinidades) publica, e que é parte dessa tentativa permanente de conquistar espaço no campo literário e de aumentar o capital simbólico. Conclui-se, assim, que *editora independente* é um termo falível e de difícil operacionalização.

Seguindo ainda outra via: por que não adscrever diretamente as noções de pequena e média editora à definição de PME – Pequenas e Médias Empresas –, que inclui também as micro-empresas? Vejamos, então, a classificação legal de PME⁵⁴:

Quadro III.1 – Classificação legal de PME

Dimensão	Número de Efetivos	Volume de Negócios (VN) ou Balança Total (BT)
Média	<250	<= 50M€ (VN) ou <= 43M€ (BT)
Pequena	<50	<= 10M€
Micro	<10	<= 2M€

⁵⁴ Fonte: Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de novembro.

É desde logo evidente que a utilização *emic* dos conceitos de pequena e média editora difere muito da classificação oficial utilizada para as empresas. Alguns dados recolhidos por Neves *et al.* (2012b) na segunda parte do *Inquérito ao Setor do Livro* ajudam-nos a perceber porquê: em 2007, 72,6% das editoras (com ou sem a edição como atividade principal) inquiridas tinham menos de 10 pessoas ao serviço – e mais de um quinto do total tinha apenas uma pessoa; mais ainda, 95,2% das editoras tinham um volume de negócios inferior a 10 milhões de euros (Neves *et al.*, 2012b: 48, 54). Uma classificação rigorosa transformaria a vasta maioria das editoras portuguesas em “micro-editoras”, perdendo-se assim o potencial operativo de conceitos que dividam essas mesmas micro-empresas – porque são-no, de facto – em diferentes tipos de editora. Daí a utilização, recorrente entre os próprios editores e autores da Mariposa Azul, do termo “editora média” para classificar (diferenciar) casas editoriais que muito dificilmente se qualificariam como “pequenas empresas”, mas que ainda assim, por terem uma estrutura formalizada, com diferenciação funcional e com gastos a ela associados, apresentam diferenças fundamentais face às pequenas editoras – que, após análises mais aprofundadas, são visíveis também ao nível das redes de sociabilidade ou da estratégia de obtenção de capital simbólico.

Sobra ainda o problema do aposto *de poesia*. Será inútil procurar qualquer tipo de definição para o género, busca fora do âmbito deste trabalho e quimera perene da teoria da literatura e da própria poesia – bastar-nos-á apontar que a entrada da Encyclopaedia Britannica sobre a poesia dedica-se em parte a explicar o porquê de não ser possível defini-la⁵⁵, ou que Derrida, famosamente, a comparou a um ouriço, que se mostra à distância mas que se recolhe sobre si mesmo quando tocado (Derrida, 2008). Na verdade, no contexto dos estudos do livro, “os sistemas de géneros não correspondem a conceitos *etic* mas sim *emic*, não são definidos à partida, inspiram-se nos termos atualmente utilizados” (Neves, 2011: 217).

Este vasto arsenal de problemas (e indícios de soluções) força-nos a procurar outras aproximações à questão. Optámos por não tomar o caminho da *definição* do conceito a partir de critérios, com a sua natureza excludente, e ao invés inclinarmo-nos para o *tipo*. Recapitulando, a situação-base é a seguinte:

- A (denominada) *pequena edição de poesia*, e por arrasto as *pequenas editoras de poesia*, *aparecem-nos*, no contexto português, já vestidas de classificações e denominações em uso no seu próprio meio social. Não existem, por ora, classificações, definições, tipologias ou apenas levantamentos sistematizados que contrariem o peso do fator *emic*. Mais: os termos *pequena editora de poesia* e *editora independente de poesia* são muitas vezes usados ou como sinónimos ou como designações de objetos muito semelhantes. O termo *editora independente* é bastante problemático do

⁵⁵ <http://www.britannica.com/art/poetry> Entrada redigida por Howard Nemerov. Consulta em: 7 de dezembro de 2015.

ponto de vista conceptual e o seu uso não nos parece oferecer segurança, mesmo após reconceptualização;

- A edição de poesia em Portugal não é feita apenas pelas pequenas editoras e, sobretudo, não é feita sempre dos mesmos modos – seja na produção, seja na comercialização, seja nos aparatos discursivos que rodeiam as obras. As diferenças existem, por vezes até acentuadamente, também no seio das editoras consideradas – a partir do *jargão* do campo (*emic*) – “pequenas editoras de poesia”. Há que acomodar estas diferenças;

- Este trabalho centra-se num caso, a Mariposa Azul, que é apenas *um* exemplo de *um* modo de editar poesia em Portugal. Face à ausência de estudos semelhantes, enquadradores do ponto de vista teórico e/ou empírico, qualquer conceito ou tipo a criar terá sempre de partir essencialmente da própria Mariposa Azul (e terá de ser usado com a consciência desta limitação);

- Por maioria de razão, qualquer conceito ou tipo a usar é aplicável apenas à contemporaneidade portuguesa;

- O uso da tática da definição do conceito a partir de critérios excludentes mostra-se, a partir do exemplo de Legendre e Abensour, problemática, trazendo consigo ainda um perigoso potencial de criação *ad hoc* da definição, isto é, da escolha ou moldagem da definição mais adequada às características da Mariposa Azul.

Deste modo, surge como necessária a adoção de um *tipo* que, por sê-lo, permita algum grau de fluidez. O *tipo ideal*, famosa formulação teórica de Max Weber (Weber, 2008: 603-661), afigura-se então como possível caminho. Longe de ser uma criação de tipo “imaginária”, “representativa” ou “hipotética”, como alguma literatura a descreve (ver crítica de Bailey, 1994: 19), o *tipo ideal* apresenta uma forma “conceptualmente pura” das características de certos objectos com propriedades em comum. As características reais dos objectos são avaliadas a partir da sua distância face a essa “imagem mental” que é o *tipo*, utópico porque inexistente empiricamente (Weber, 2008: 641)⁵⁶.

Kenneth A. Bailey fornece um exemplo claro partindo da numismática: o *tipo ideal* da “20 dollar Saint Gaudens gold piece” (uma moeda rara e valiosa) é uma moeda-objeto sem uso, nunca posta em circulação, nunca tocada e não sujeita à acção do tempo, e é face a ela *enquanto critério* que podemos classificar os restantes exemplares – usando, por exemplo, uma escala que avalie a proximidade ao estado pristino, como a Mint State, na qual o número 70 designa a quase inatingível moeda pura que mantém *todas* as características que lhe são próprias no máximo grau possível (Bailey, 1994: 20).

⁵⁶ Weber não utiliza o termo *utopia* na aceção comum de *uma sociedade imaginada descrita em detalhe*, mas sim partindo de uma simples operação semântica e etimológica: *utopia* é uma palavra derivada a partir da junção dos termos gregos οὐ e τόπος, ou seja, é um “não-lugar” (ver: Weber, 2008: 603-661).

Pequena editora de poesia *em Portugal* será, assim, um *tipo ideal* no qual algumas editoras se inserem mas (quase) nunca totalmente, incluindo a própria Mariposa Azul; sempre de modos diferentes mas com características-chave em comum, mesmo se com variações. O *tipo ideal* que propomos tem, para além dos critérios que enunciamos de seguida, um pressuposto-base: a estrutura editora de livros em análise tem um nome próprio, i.e., não se trata de autoedição. Seguem-se os critérios:

- *Independência filial* – a editora não está formalmente integrada num grupo económico;

- *Indiferenciação funcional interna* – o editor ou os editores executam vários tipos de tarefas consoante as necessidades e as suas valências; em editoras com dois ou mais editores, não existem, tendencialmente, tarefas formalmente destinadas a nenhum dos editores;

- *Inexistência de custos fixos formalmente adscritos à atividade da editora* – subcritérios: 1) a inexistência de uma sede autónoma da residência dos editores; 2) a inexistência de funcionários, assalariados ou não, que não sejam (eventualmente) os próprios editores.

- *O catálogo é composto por livros de poesia, reconhecidos como tal pelos editores* – quanto maior a percentagem de livros de poesia no catálogo de uma dada editora, maior o grau de *editora de poesia* tem uma dada editora em análise.

Poderemos assim dizer: a editora X tem todas as características-base de uma *pequena editora de poesia* num grau muito próximo do *tipo ideal* mas não é filialmente independente, ou deixou de o ser num dado momento; a editora Y idem, mas afasta-se do *tipo* por haver uma forte diferenciação funcional no seu seio; a editora Z idem, mas 35% do seu catálogo é composto por livros dos géneros Romance e Ensaio. Em linguagem simplificada, dir-se-ia que, num ato de classificação de uma dada editora, a pergunta-base será: «quão *pequena editora (portuguesa) de poesia* é a editora que estamos a avaliar?».

Estamos, naturalmente, perante um *tipo ideal* nascido de um só caso e da observação de outros casos apenas *em aparência* semelhantes – daí ser preciso reconhecer que o seu poder teórico e operativo é necessariamente limitado. Só o teste sistemático com outros casos poderá validar o *tipo ideal* que aqui criamos e usamos com as limitações devidas. Serve o efeito preciso do estudo da Mariposa Azul e da sua associação com editoras semelhantes que, de um modo *geral*, e a partir da nossa observação, cumprem com elevado grau todas ou algumas das características do *tipo ideal*. A partir daqui, uma análise global do campo editorial português exigiria que se criassem *tipos* para todos os outros modos de editar. Juntando-os, obteríamos então uma *tipologia* das editoras portuguesas contemporâneas.

Posto isto, acrescentamos que a *pequena edição de poesia* é a edição que é feita por *pequenas editoras de poesia* inseríveis neste *tipo ideal*.

Chegamos, finalmente, à noção de *subcampo*, última clarificação conceptual antes do começo da análise dos dados recolhidos. No segundo capítulo avançámos o conceito bourdiano de *campo*, e noções conexas, e vimos como o autor francês designa o pólo da produção pura como um subcampo (Bourdieu, 1996: 147), por sua vez divisível, no que ao projeto editorial diz respeito, entre a vanguarda e a vanguarda consagrada. Vimos também que tanto Bourdieu como Dubois e François consideram a poesia como um exemplo, talvez o mais manifesto, de um género que se presta à inserção nesse mesmo pólo, “as poetry’s economic value is derived from the recognition of its aesthetic value”, i.e., a poesia é “an exemplary case of the inverted economy theorized by Bourdieu” (Dubois e François, 2013: 502). Adicionalmente, lemos também em Dubois a ideia de que a poesia é, não apenas em França, “an increasingly autonomous relational space” (id.), autorreferencial porque composto e frequentado maioritariamente pelos agentes nele envolvidos diretamente, porém não totalmente autónomo – i.e., nele reproduzem-se dinâmicas semelhantes às dos dois campos dos quais o espaço social em análise faz parte, o campo editorial e o campo literário. Este é um panorama que, a partir da observação que realizámos e das informações recolhidas em entrevistas, tem forte correspondência com o panorama português atual, como tentámos demonstrar no subcapítulo anterior.

Julgamos, assim, haver bases suficientes para, com um grau de segurança razoável, podermos classificar provisoriamente a *pequena edição de poesia* em Portugal como um subcampo de produção e fruição cultural, inserido no mais vasto campo literário português.

CAPÍTULO IV – MARIPOSA AZUAL

IV.1. Breve história da Mariposa Azual

Em 1996, o poeta Nuno Moura candidatou-se a uma bolsa de criação literária recém-lançada pelo igualmente recente Ministério da Cultura do XIII Governo Constitucional⁵⁷. Havia publicado nesse mesmo ano o seu segundo livro de poesia, *Soluções do problema anterior*, na histórica pequena editora &etc, de Vitor Silva Tavares, de quem se tornaria amigo daí em diante. Nuno Moura trabalhara durante cinco anos em empresas de publicidade, meio no qual conheceu a também publicitária Helena Vieira.

Uma das doze bolsas foi-lhe atribuída e Nuno Moura beneficiou de uma subvenção de 250.000 escudos por mês – o equivalente a cerca de 1250 euros – ao longo de todo o ano de 1997, em troca da apresentação de trabalho literário. Enquanto Nuno Moura criava o que viriam a ser dois dos primeiros livros da futura editora, Helena Vieira continuou, ao longo desse ano, a trabalhar no ramo da publicidade, o que permitiu ao casal viver de um modo relativamente desafogado e planejar a criação de um projeto fortemente inspirado na prática de Vitor Silva Tavares, mas também na de Manuel Hermínio Monteiro, editor da Assírio & Alvim⁵⁸. Em maio de 1998 nasce a *pequena editora de poesia* contemporânea Mariposa Azual, nome retirado de um verso do “poeta louco” Ângelo de Lima⁵⁹. Fez-se, nesse mês, no Teatro da Barraca, a festa de lançamento da editora e do terceiro livro de Nuno Moura, *Nova asmática portuguesa*. Na epígrafe do livro constava uma dedicatória que declarava desde logo a filiação na &etc: “parabéns, &etc, pelos 25 anos”.

A Mariposa Azual nascia num contexto anterior à integração horizontal ao nível editorial (Beja, 2011, Neves *et al.*, 2012a: 22), um cenário povoado por várias editoras literárias de média dimensão – deem-se os exemplos da D. Quixote, da Caminho, da Relógio d’Água, da Estampa, da Quetzal, da Presença, da Cotovia ou da Assírio & Alvim –, por diversas pequenas editoras – sejam a Antígona, a Hiena, a Fenda, a Frenesi ou a &etc – e nenhuma grande editora, ou nenhuma editora pertencente a um conglomerado, que publicasse obras literárias. Também o número, a distribuição espacial e as características dos espaços de comercialização eram distintos relativamente ao contexto da segunda década do século XXI: apesar de a concentração livreira ter tido início, em Portugal, em 1985, e de a cadeia Bertrand ter iniciado uma vaga expansionista em 1993 (Beja, 2011: 51-52),

⁵⁷ Ver a Portaria 517/96, de 26 de setembro, que aprova e determina o Regulamento para a Atribuição de Bolsas de Criação Literária. O cargo de Ministro da Cultura era, à época, exercido por Manuel Maria Carrilho.

⁵⁸ Manuel Hermínio Monteiro (1952-2001) foi coordenador editorial da Assírio & Alvim entre 1978 e o ano da sua morte. A partir de 1983 foi também o diretor da editora.

⁵⁹ Ver o poema “EDD’ORA ADDIO...! – MIA SOAVE...!” em Lima, Ângelo de (2003). Nuno Moura virá, mais tarde, a nomear outras duas editoras a partir do mesmo poeta: Mia Soave (2012) e Douda Correria (2013).

existia no final dos anos 90 do século XX um maior número de livrarias independentes – i.e., que não eram subsidiárias de uma outra empresa – e menos concentradas nas cidades de Lisboa e Porto⁶⁰.

Até dezembro de 2000, começo de um longo interregno de atividade editorial, a dupla de editores viria a publicar nove livros de poesia, incluindo, nesse último mês do século e do milénio, a *Obra* de Adília Lopes, uma recolha dos vários pequenos livros publicados pela autora até então e que foi, em matéria de custos e dimensão, o mais ambicioso trabalho da editora – 2000 exemplares, 508 páginas e ilustrações cedidas pela pintora Paula Rego. Pouco depois do lançamento do livro, os editores separaram-se e a Mariposa Azual entrou num período de inatividade – de edição em nome próprio⁶¹ – que só seria quebrado em março de 2008, aquando da edição de um terceiro livro de Paulo Condessa, *O céu dentro da boca*.

Antes, em 2004, Helena Vieira havia adquirido a quota pertencente a Nuno Moura com o plano de retomar a atividade, desta vez a solo. Manteve a orientação para a edição de poesia contemporânea mas lançou, em novembro de 2008, uma coleção paralela de ensaios em torno da escritora Maria Gabriela Llansol, falecida nesse mesmo ano. Publicaram-se, até 30 de setembro de 2015, oito obras nesta coleção – denominada “Rio da Escrita” –, a maioria decorrente dos trabalhos do Espaço Llansol⁶².

O regresso à atividade envolveu também um aprofundamento do uso da internet como meio de divulgação: foram criadas uma página de Facebook⁶³ (2010), um blogue⁶⁴ (de parca utilização, apenas em 2011), um sítio de Internet⁶⁵ (criado logo em 2008 e expandido em 2013) e uma página de Youtube⁶⁶ (criada em 2015). Em julho de 2013 a Mariposa Azual voltou a ter dois editores: entrou Leonel Guerreiro, professor de Educação Musical, também sem experiência anterior na edição. Entre março de 2008 e o final de setembro de 2015⁶⁷ publicaram-se mais dezanove obras de poesia, incluindo duas antologias de autores contemporâneos, totalizando trinta e seis livros publicados ao longo de um período de cerca de dez anos de atividade.

⁶⁰ Não é possível, com os dados e estudos disponíveis, apresentar números fidedignos que sustentem cabalmente estas afirmações, que atribuímos aos três editores entrevistados. Em todo o caso, no que toca à diminuição do número de livrarias, podemos referir Neves *et al.* (2014), que mostra um decréscimo de 19% no número de empresas de comércio a retalho de livros existentes em Portugal entre 2004 e 2012, e que atribui a queda ao desaparecimento das pequenas empresas. Ver também Beja, Rui (2011: 100).

⁶¹ Entre 2004 e 2008, a Mariposa Azual, através da editora Helena Vieira, realizou alguns pequenos trabalhos de edição a pedido.

⁶² Ver o subcapítulo subordinado ao Projeto Editorial para uma pequena introdução ao Espaço Llansol.

⁶³ Link: <https://www.facebook.com/mariposaazual>

⁶⁴ Link: <http://mariposaazual.blogspot.pt/>

⁶⁵ Link: <http://amariposa.net>

⁶⁶ Link: <https://www.youtube.com/channel/UCapvw6xpzWU3Ew184WxBGvA>

⁶⁷ O período de observação definido abarca o período entre 1 de junho e 30 de setembro de 2015.

IV.2. Modo de organização

Tal como as restantes pequenas editoras de poesia portuguesas, a Mariposa Azul não tem, nem teve nunca, efetivos assalariados, uma vez que é mantida integralmente pelo casal de editores, Helena Vieira (n. 1962) e Leonel Guerreiro (n. 1968)⁶⁸. O seu “début *a minima*” (Legendre e Abensour, 2007a: 31-32) cristalizou e a estrutura manteve a informalidade, pois também no período com Nuno Moura (1998-2000) a Mariposa Azul era gerida por um casal. Fazendo da casa que mantêm em comum a sede e o escritório da editora – “temos assim uma mesa comprida e estamos lado a lado!”⁶⁹ –, Helena Vieira e Leonel Guerreiro tomam todas as decisões em conjunto e fazem uma divisão do trabalho consoante as valências e que procura minimizar os custos: Helena Vieira dedica-se sobretudo à seleção editorial, à comunicação e aos contactos com autores, colaboradores, gráficas e livrarias; Leonel Guerreiro encarrega-se sobretudo da paginação⁷⁰, do *design*, do grafismo e da atualização do *site*. A utilização de serviços externos de produção do livro é, deste modo, reduzida até perto do mínimo: a impressão, previsivelmente, é delegada, e certos serviços de ilustração, *design* e paginação vão sendo adjudicados a colaboradores externos – que, em muitos casos, por fazerem parte do círculo de sociabilidade e afetos dos editores (e por, alguns, orbitarem o próprio campo literário), cobram valores simbólicos ou nulos pelos seus serviços⁷¹.

Estando a chamada pré-impressão (Legendre e Abensour, 2007a) assegurada internamente ou com custos baixos, destaca-se a impressão, sempre a maior fonte de custos para as pequenas editoras de poesia. A preocupação constante com o custo, as especificidades dos meios de impressão – a Mariposa Azul varia entre o *offset* e o digital⁷² – e a enorme variabilidade dos preços fazem com que os editores consultem sempre várias gráficas antes de tomarem uma decisão de impressão.

Os editores apontam três fatores que mais fortemente determinam a variabilidade do preço de impressão apresentado à Mariposa Azul: o custo de oportunidade do trabalho, a época do ano e a dinâmica interna da gráfica. No que concerne ao primeiro, é comum (e expectável sob um ponto de vista comercial) as gráficas apresentarem orçamentos mais elevados, com intenção dissuasora, para pedidos de baixa quantidade cuja execução obrigue, por falta de maquinaria ou recursos humanos, a adiar ou a não realizar outros trabalhos mais rentáveis. As muito baixas tiragens das editoras de

⁶⁸ Helena Vieira é a proprietária formal da editora, que é, em matéria de estatuto jurídico, uma sociedade unipessoal.

⁶⁹ Helena Vieira, entrevista n.º2.

⁷⁰ Helena Vieira relata (entrevista n.º2) que a entrada de Leonel Guerreiro na editora, em julho de 2013, permitiu reduzir os custos de produção dos livros neste capítulo, uma vez que, entre a saída de Nuno Moura e até esta data, se vira obrigada a contratar paginadores.

⁷¹ O próprio logótipo da editora foi criado *pro bono*, em 1998, por uma *designer* argentina de nome Maria Alcobre, com quem Helena Vieira e Nuno Moura haviam estabelecido uma amizade aquando das suas experiências profissionais no setor da Publicidade.

⁷² Os editores indicaram em entrevista (n.º2) que recorrem ao *offset* em tiragens superiores a 300 exemplares, remetendo o digital para tiragens menores, comumente de 150 ou 200 exemplares.

poesia colocam-nas perante esta dificuldade acrescida – sem economias de escala razoáveis, o custo por exemplar sobe e, com ele, o preço de venda. Como veremos mais adiante, ao explanarmos as perspetivas de futuro da Mariposa Azul⁷³, este problema é significativo o suficiente para justificar uma arriscada mudança de estratégia que envolverá um grande aumento das tiragens médias:

“Repara, vou dar-te um exemplo muito concreto: se tu fazes 100 livros, o custo por exemplar anda à volta dos 3 euros, 3 euros e 50. Se tu fazes 1000, o custo por exemplar é 1 euro e 20... É um terço. Podes vender mais barato, podes chegar a mais sítios porque tens mercadoria para entregar, apesar de venderes mais barato podes ganhar mais dinheiro porque o teu investimento inicial é menor... Portanto, é fundamental chegar a escalas razoáveis, e uma escala razoável é tirar 1000 exemplares.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Apesar deste peso dos custos de impressão, a Mariposa Azul reeditou algumas das 12 obras que esgotaram – 5 reedições de entre os 36 livros publicados no total⁷⁴. A distinção entre os termos *reimpressão* e *reedição* é, aqui, relevante: a Mariposa Azul tem feito alterações às obras em todos estes casos, seja mudando a capa, seja acrescentado ou retirando poemas, seja incluindo textos de apresentação – pois, para Helena Vieira, “o que é interessante é fazer uma coisa nova”. A estratégia não é incomum em todo o campo editorial, seja entre as pequenas ou entre as grandes editoras, e tem como fito geral a redução do risco⁷⁵ – para além de ir cativar os leitores que já iriam comprá-la (reimpressa ou reeditada), a obra reeditada poderá vender-se também entre os colecionadores ou os alfarrabistas que considerem as alterações suficientemente importantes para que a compra se justifique.

A opção da reedição é, porém, um ponto de clivagem no campo português da *pequena edição de poesia*. Foi notória a recusa da &etc em reimprimir ou reeditar qualquer obra⁷⁶ ao longo de 42

⁷³ Ver o subcapítulo “IV.6: Perspetivas e expectativas”.

⁷⁴ Esgotaram, por ordem cronológica de primeira publicação: *Nova asmática portuguesa*, Nuno Moura, 1998 (reeditado); *Um pássaro na ponta da língua*, Sofia Crespo, 1999; *Maga Klimt*, Miguel Granja, 1999; *Poemas durante a chuva*, Jayme Kopke, 1999; *Obra*, Adília Lopes, 2000; *Contra a manhã burra*, Miguel-Manso, 2009 (reed.); *Auto-ajuda*, Tiago Gomes, 2009; *Mulher ao mar*, Margarida Vale de Gato, 2010; *Vim porque me pagavam*, Golgona Anghel, 2011 (reed.); *Groto sato*, Raquel Nobre Guerra, 2012 (reed.); *Estação 2012*, Henrique Manuel Bento Fialho, 2014; *Marsupial*, Catarina Nunes de Almeida, 2014; *Tempus fugit*, Sónia Batista, 2015. Ver a lista de obras publicadas pela Mariposa Azul no Anexo D.

⁷⁵ Os editores recenseados por Legendre e Abensour “sont d’accord pour reconnaître que la réimpression constitue une prise de risque supplémentaire, susceptible de compromettre le résultat du premier tirage” (Legendre e Abensour, 2007a: 29), de tal modo que há os que se absterem de reimprimir ou reeditar. Por outro lado, existem editoras que reimprimem ou reeditam todas as obras esgotadas como parte de uma política de fundos que privilegia o *long seller* sobre o *best seller*, postura típica da pequena edição na qual a Mariposa Azul se insere declaradamente.

⁷⁶ A reedição d’”O Bispo de Beja” (Homem-Pessoa), em 1980, é um caso de exceção. Os exemplares foram apreendidos pela Polícia Judiciária e pela Polícia de Segurança Pública, após denúncia da diocese de Beja e ordem do Ministério Público, e vários exemplares foram regados a gasolina e queimados no pátio do Tribunal da Boa Hora. Foi uma reimpressão com um cunho declaradamente provocatório e político, que terá até servido para reforçar o capital simbólico da &etc enquanto editora marginal e contrapoder. Ver, a este respeito, o relato do sucedido escrito pelo próprio Vitor Silva Tavares e patente em AAVV, 2013: 49.

anos de atividade. A Averno⁷⁷, de filiação expressa na &etc, opera segundo os mesmos princípios, tal como a conimbricense Do Lado Esquerdo⁷⁸. Para Helena Vieira, esta é uma “estratégia de raridade” que, não sendo condenável de *per se*, é especulativa e destina-se a escoar os livros com maior rapidez – Helena Vieira chega a comparar esta prática com o alegado hábito das maiores editoras de...

“andar[em] a pôr cintas ao fim de cada 50 exemplares a dizer 2ª edição, 3ª edição, 4ª edição...”

...e a equipará-la a uma chantagem. No seu entender, é...

“primeiro dever do editor (...) procurar por todo o lado e encontrar os públicos para o autor”

(Helena Vieira, entrevista n.º2)

Adicionalmente, aos cálculos conducentes à prática destas “estratégias de raridade” deve sobrepor-se a “pulsão de editar”, que é incompatível com a restrição da circulação das obras pois implica essa procura de maximizar o número de leitores. A conjugação desta posição com a inexistência de experiência anterior em funções editoriais⁷⁹ ajuda a colocar os editores da Mariposa Azul na categoria dos “autodidactes passionnés” (Legendre e Abensour, 2007b), extensível a Nuno Moura também nas suas atividades atuais como editor da Mia Soave e da Douda Correria.

As tiragens da Mariposa Azul têm sido consistentemente reduzidas, muito em particular na sua segunda fase de atividade, entre 2008 e os dias de hoje. A média total, contando a coleção de poesia e a de ensaio (36 livros), e contabilizando também as reedições, fica-se pelos 393 exemplares por título, aproximadamente. Por comparação, as editoras portuguesas imprimiram em 2007 uma média de 5860 exemplares por título⁸⁰ (Neves *et al.*, 2012b: 58).

Sobre a importância das tiragens na edição, sobretudo entre as “pauvres et demunies” (Bourdieu, 1999) pequenas editoras, Legendre e Abensour são claros: “les éditeurs montrent bien, par leurs discours, que la fixation du tirage est un enjeu très important: comme le résume une éditrice, «c’est [en effet] sur la gestion de la réimpression qu’on perd et qu’on gagne de l’argent»” (Legendre e Abensour, 2007a: 28). Sem surpresa, e de acordo com as regras fundamentais dos objetos de

⁷⁷ A Averno é uma editora fundada em 2002 pelo – também – casal Manuel de Freitas e Inês Dias, poetas e tradutores (o primeiro é também crítico literário e ensaísta). A obra de lançamento da editora, a antologia *Poetas sem qualidades*, e em particular o seu prefácio nitidamente programático, foi e continua a ser fonte de acesos debates no campo literário português, especialmente no subcampo da pequena edição de poesia. Ver, a este respeito, para além da própria antologia (AAVV, 2002), Eiras (2011) e Freitas (2012: 151-166). Note-se, a propósito, que a referida antologia inclui Nuno Moura como poeta.

⁷⁸ Ver a entrevista à editora Maria de Sousa, publicada no suplemento P3 do jornal Público: <http://p3.publico.pt/cultura/livros/9007/quotdo-lado-esquerdoquot-micro-editora-que-gosta-de-tiragens-unicas>. Consulta em: 5 de junho de 2015.

⁷⁹ Helena Vieira, licenciada em Ciências da Comunicação, trabalhou como publicitária e professora tanto antes da como durante a sua atividade com a Mariposa Azul. Leonel Guerreiro, licenciado em Ciências Musicais, é professor de Educação Musical. Nuno Moura foi publicitário e, brevemente, proprietário de um bar antes de fundar a Mariposa Azul.

⁸⁰ O número será seguramente mais reduzido no caso específico da edição literária, para a qual não dispomos de dados. A média de Neves *et al.* (2012b) contempla tipos de livro como os manuais escolares, que têm tendencialmente tiragens de largos milhares.

fruição cultural, “définir le bon tirage est un exercice très difficile pour tous les petits éditeurs” (Legendre e Abensour, 2007a: 27). Com meios financeiros muito reduzidos e voláteis, tantas vezes dependentes de disponibilidades monetárias momentâneas dos próprios editores e do sucesso das vendas dos livros em *stock*, as pequenas editoras conhecem os perigos da tentação da megalomania nas tiragens: a impossibilidade de produção do livro seguinte ou mesmo a ameaça à própria sobrevivência da editora. Em suma, “il vaut mieux tirer «trop court» que «trop long»” (Legendre e Abensour, 2007a: 28), mesmo com a perda de economias de escala que daí advém.

Malgrado a relativamente reduzida tiragem das obras publicadas, a Mariposa Azul assume-se como uma editora de *long sellers*:

“Sim, sim. Passados quase quinze anos ainda temos livros. E é isso: eu procuro publicar livros que possam durar no tempo, mesmo que as pessoas não se apercebam muito bem deles na altura (...)”.

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Esta é uma noção problemática, dada a sua fácil contaminação por juízos estéticos subjetivos – mesmo Bourdieu e Bouvaist acoplam ao *long seller* uma superior qualidade literária (Bourdieu, 1999: 22; Bouvaist, 1989). Ainda assim, é possível secundar a declaração dos editores da Mariposa Azul por outras vias: 1) a poesia é tendencialmente *long seller* (Dubois, 2006) e a Mariposa Azul edita sobretudo poesia⁸¹; 2) a Mariposa Azul institui promoções na venda direta com considerável regularidade, durante as quais se concentra em promover não os livros editados mais recentemente mas precisamente os mais antigos – uma prática de gestão de fundos que é oposta à lógica de circulação rápida e olvido que é associada às maiores editoras; 3) o *site* contém, na *homepage*, o catálogo da editora com uma disposição das obras de poesia que não privilegia particularmente nenhuma delas⁸², estando longe de um tipo de promoção que destaca os livros recentes na primeira página e remete os anteriores para uma pesquisa aprofundada do catálogo.

No que concerne a um aspeto mais propriamente financeiro como o recurso ao crédito, a Mariposa Azul segue a prática e o posicionamento de boa parte dos editores recenseados por Legendre e Abensour: nunca recorreu ao crédito bancário e não considera que este seja uma solução a usar no futuro – apenas uma tentativa de ascensão a editora maior e mais profissionalizada, algo que os editores não planeiam, justificaria a sujeição a um crédito e ao seu potencial de diminuição da independência (Legendre e Abensour, 2007a: 36-37).

No que toca às receitas, não obtivemos dados detalhados da parte dos editores que nos permitam fazer a desejada comparação evolutiva, sobretudo entre as duas fases de atividade da

⁸¹ Ver o subcapítulo seguinte (“IV.3 Projeto editorial”).

⁸² Embora as obras do género Ensaio, inseridas na coleção “Rio da Escrita”, tenham uma posição algo subalterna face às restantes – surgem na base da página com letras não coloridas. Sobre a relação, na Mariposa Azul, entre os livros de poesia e os livros ensaísticos, falaremos no subcapítulo seguinte (“VI.3 Projeto editorial”).

Mariposa Azul, mas sabemos que a receita anual média se situa, desde o primeiro ano de atividade, no escalão <50.000€, tal como cerca de um quarto das editoras portuguesas em 2007 (Neves *et al.*, 2012b: 53-54)⁸³, mais precisamente em torno dos 20.000€ anuais. Esta é, porém, uma média que contempla os dez anos de atividade editorial (1998-2000 e 2008-atualidade) da Mariposa Azul; se voltarmos a considerar as duas fases de vida da editora em separado, veremos que as receitas médias decaíram consideravelmente da primeira para a segunda, muito por culpa da drástica diminuição das tiragens e da redução do ritmo de publicação⁸⁴. Estes dados, e o entendimento da sua rede de causalidades, ajudam-nos a ver como na pequena edição a personalização atinge profundamente todos os aspetos da vida da editora – neste caso, o ritmo de publicação e sobretudo as tiragens têm estado na dependência direta da disponibilidade financeira dos editores, relegando outros fatores, como a perceção dos hábitos de leitura dos públicos, para segundo plano. No seu começo, conforme vimos no subcapítulo anterior, a Mariposa Azul utilizou parte dos fundos da bolsa literária de Nuno Moura e ainda, relatou-nos este último, parte do dinheiro obtido com a venda de um apartamento, propriedade do próprio, vendido com a intenção expressa de financiar as atividades da editora. Ao regressar sozinha à atividade, Helena Vieira teve por força de diminuir a intensidade de publicação.

Em todo o caso, mesmo no mais desafogado período inicial não houve nunca lugar à obtenção de rendimentos para os editores. Estamos perante um aspeto fundamental da editora, que ajuda a posicioná-la como pequena editora e que sublinha a sua fragilidade essencial. Nos dias de hoje, Helena Vieira dedica-se por inteiro à Mariposa Azul (desde 2013), e ainda assim não retira rendimentos da sua actividade. Avance-se desde já que este é um dos motivos para a elaboração do plano de transformação da editora que descreveremos no último subcapítulo⁸⁵.

Duas notas, para finalizar, sobre o estatuto jurídico e sobre a pertença associativa da editora. A Mariposa Azul começou como uma sociedade por quotas, dividida entre Nuno Moura e Helena Vieira, estritamente devido aos menores custos, à época, que essa escolha representava face à criação de sociedades anónimas:

“Isso tinha sobretudo a ver com custos. Numa sociedade anónima tu pagas muito mais coisa. É preciso pensares que, na altura, em 1998, criar uma empresa custava muito dinheiro. Só o registo custava mil... não, mil contos é muito, mas uns quinhentos e tal contos só para a criares, tinhas de ter um depósito no banco de quinhentos e cinquenta contos, e a escritura custou trezentos e tal contos... Isto em contos, era 98. Era preciso teres dinheiro. Depois é que o [primeiro-ministro José] Sócrates inventou essa coisa da empresa na hora, um euro, pronto. O capital social mínimo para uma empresa é 5000 euros, agora.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

⁸³ Um bom indicador do muito baixo peso das editoras mais pequenas no volume de negócios total das editoras portuguesas pode ser encontrado também neste estudo de Neves *et al.*, que indica que as editoras com “1 pessoa ao serviço” (a categoria mais baixa) representavam em 2007 0,2% do volume de negócios da edição portuguesa (Neves *et al.*, 2012b: 54).

⁸⁴ Para um aprofundamento destes tópicos, ver o subcapítulo seguinte (“IV.3. Projeto editorial”).

⁸⁵ “IV.6. Perspetivas e expectativas”.

Em 2004, Helena Vieira adquiriu a quota de Nuno Moura e a editora tornou-se então numa sociedade unipessoal, estatuto claramente minoritário no quadro das editoras portuguesas – em 2007, 15% eram sociedades unipessoais, 18% eram sociedades anónimas e cerca de dois terços eram sociedades por quotas (Neves *et al.*, 2012b: 43). Leonel Guerreiro não é, por enquanto, proprietário da editora.

Finalmente, a Mariposa Azul não pertence nem nunca pertenceu a nenhuma associação de editores por motivos que caberiam no subcapítulo devotado aos posicionamentos e que refletem, uma vez mais, a essência conflitual do campo. Vejamos, em discurso direto, Helena Vieira:

“Podemos falar muito disso. Para já, uma associação onde estão os editores e os livreiros é a mesma coisa que ter uma associação ‘As Galinhas e a Raposa’. Mas tem razões históricas, também: em Portugal, as grandes editoras foram, são e hão de continuar a ser os grandes livreiros. A Porto Editora, que é o maior grupo editorial, tem a maior rede de livrarias, que é a Bertrand. E se vires quem está lá [na APEL], são os livreiros da Bertrand, os da Porto Editora... Ora, eu não quero estar numa associação onde não estão os meus [risos]. Eles não defendem minimamente os nossos interesses. Criaram uma vez uma «tenda» dos chamados pequenos editores na Feira do Livro. Quando fomos tentar saber como podíamos pôr lá os nossos livros, disseram-me que entregaram aquilo a uma distribuidora. Eu pu-los lá e depois tive dois anos para conseguir receber o dinheiro! Foi esta a ajuda que a nossa associação deu aos pequenos editores...”

(Helena Vieira, entrevista n°5)

A oposição demonstrada face às práticas da atual associação de editores (e livreiros) realça, uma vez mais, a distância entre as editoras profissionalizadas e as pequenas editoras.

IV.3. Projeto editorial

“A poesia... eu acho que a poesia tem sido a área mais interessante da literatura em Portugal. A publicação de poesia também tem a ver com isso. Os originais mais interessantes que chegam são de poesia.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Na grande rede de fertilizações cruzadas que é o campo literário, todos os editores, de um modo consciente ou não, seguem modelos aquando do início da sua atividade; Nuno Moura e Helena Vieira não foram exceção, apesar de terem, agora à distância de 17 anos, dado respostas diferentes que importa examinar.

Para Nuno Moura, o modelo único foi Vitor Silva Tavares e a sua &etc, à época já com 25 anos de atividade. Após editar a sua segunda obra na &etc, em 1996, Nuno Moura estabeleceu de imediato uma profunda amizade com o editor, que o introduziu à sua espécie de mundo privado da edição – desde a relação próxima com os autores ao acompanhamento *in loco* dos trabalhos de impressão dos livros, muitas vezes empregando os desusados caracteres tipográficos –, mundo esse que Nuno Moura sonhou reproduzir com a Mariposa Azul. Já Helena Vieira lista não um mas dois

editores, e suas casas editoriais, como modelo: de novo, e sem surpresa⁸⁶, Vitor Silva Tavares, mas também Manuel Hermínio Monteiro, coordenador editorial da Assírio & Alvim entre 1978 e 2001. Para Helena Vieira, a Mariposa Azual começou como um híbrido entre as duas editoras precedentes, resultado de uma seleção consciente de aspetos particulares de cada uma: do lado da &etc, a qualidade do catálogo e a relação próxima, afetiva, com os autores; do lado da Assírio & Alvim, a capacidade e vontade de penetração no mercado, a relação com os livreiros, a prática dos lançamentos de livros e a prática das reedições⁸⁷. Esta disparidade demonstra como numa pequena editora – com mais do que um editor – podem coexistir diferentes visões de princípio, cujos problemas decorrentes são, sobretudo em estruturas informais como esta, sanados mais pela via do consenso do que pela unanimidade, como atestam os relatos de Helena Vieira e Nuno Moura de pequenas discordâncias em assuntos de política editorial.

Neste campo, Legendre e Abensour enumeraram três tipos de modelo possíveis para os pequenos editores franceses recenseados: os grandes editores, os editores independentes e os pares, estes definidos como editores da mesma especialização ou região (Legendre e Abensour, 2007a: 54-55). No caso da Mariposa Azual, Manuel Hermínio Monteiro e Vitor Silva Tavares entram, claramente, na categoria dos editores independentes (históricos), embora devam também ser considerados pares, pois dedicaram-se sobretudo à publicação de poesia e, particularmente no caso da &etc, centraram as suas atividades em Lisboa⁸⁸. Temos, portanto, a Mariposa Azual a ser criada com base num modelo misto de editor, com preponderância para (o independente e par) Vitor Silva Tavares.

A apropriação de duas influências como estas teria de redundar numa política editorial inicial (Legendre e Abensour, 2007b) próxima do modo de fazer típico das pequenas editoras – e assim foi. Em primeiro lugar e em primeiro plano, a Mariposa Azual começou como editora de livros de poesia, resultado expectável das atividades (Nuno Moura) e gostos (Helena Vieira) dos editores fundadores,

⁸⁶ Conforme foi já referido anteriormente, a filiação na &etc está cristalizada na epígrafe do primeiro livro da Mariposa Azual, da autoria do próprio Nuno Moura: “parabéns, &etc, pelos 25 anos”. Helena Vieira referiu-o com clareza em entrevista: “Aliás, o primeiro livro da Mariposa Azual, que é a Nova Asmática, do Nuno, tem uma epígrafe, uma dedicatória, que diz: «parabéns, &etc, pelos 25 anos». Portanto, em 1998, a &etc tinha 25 anos. E agora, 15 anos depois, quanto reeditámos o livro, a epígrafe é «parabéns, &etc, pelos 40 anos». E aí já está declarada e por escrito a homenagem, a influência. Isso em relação ao catálogo e em relação à relação com os autores” (entrevista nº2).

⁸⁷ A &etc e a Assírio & Alvim do período de Manuel Hermínio Monteiro diferenciavam-se fortemente nestes quatro fatores, aos quais se junta a estrutura interna. A &etc poucas vezes fez lançamentos e mantinha uma política de não reeditar ou reimprimir qualquer livro, com a exceção d’*O Bispo de Beja*, já relatada no subcapítulo “IV.4. Modos de organização”. Mostrou também, sobretudo discursivamente, uma muito baixa vontade de penetração no mercado. As diferenças na estrutura interna são facilmente enunciáveis: a Assírio & Alvim foi (e é, após a perda da independência filial em 2012) uma estrutura profissionalizada, com funcionários; a &etc sempre funcionou a partir da força motriz Vitor Silva Tavares e de uma vasta rede de colaboradores, em regra não pagos e sobretudo não formalmente adscritos à organização. De fazer notar que, neste domínio, a Mariposa Azual começou e prosseguiu segundo o modelo da &etc.

⁸⁸ A Assírio & Alvim chegou a ter uma livraria no Porto, aberta em 1998 no número 531 da Rua Miguel Bombarda, o que atesta uma menor circunscrição ao território da capital (Ribeiro, 2012: 9).

tendência sugerida por Legendre e Abensour (2007a: 53). Em segundo lugar, o projeto editorial inicial da Mariposa Azul centrou-se na publicação de livros com três características, expressas aqui tal como enunciadas por Helena Vieira: 1) livros com uma linguagem nova; 2) livros com um universo particular; 3) novos autores.

Estas características implicam uma “resistência” aos “buzzes” e às “modas” – reproduzindo expressões de Helena Vieira – do campo da grande produção mas também do próprio campo da produção pura. Temos, deste modo, um posicionamento editorial em dois pólos de dois níveis: o pólo da produção pura – na qual a Mariposa Azul se insere desde o primeiro momento também através dos seus modos de organização e de comercialização – e, dentro deste, o pólo da *vanguarda*, cuja distinção face à *vanguarda consagrada* forma uma oposição secundária entre os agentes do subcampo (Bourdieu, 1996: 147)⁸⁹.

Outra implicação desta postura é uma política editorial centrada em obras e não em autores (i.e., no capital simbólico dos autores), ideia que Helena Vieira e Leonel Guerreiro reforçaram por diversas vezes socorrendo-se de contrastes com editoras de maior dimensão, que, no seu entender, praticam uma (condenável) política inversa. Por fim, num terceiro plano, a editora estabeleceu-se com uma declarada orientação para o *long seller* – ao afirmar “passados quinze anos, ainda temos livros”, Helena Vieira está longe de produzir um lamento, antes a reforçar que essa foi a ideia inicial da editora.

Apesar de ser expectável que em duas fases de vida espalhadas por 17 anos e com saídas e entradas de editores a Mariposa Azul tivesse fortes inflexões, Helena Vieira não enunciou nenhuma de monta, excluindo a imprevista incursão na publicação de ensaio com a Coleção “Rio da Escrita”, iniciada em 2008. De resto, ao longo destes 17 anos, ou cerca de 10 de atividade *de facto*, a Mariposa Azul teve uma ação de *conservação* da política e do projeto iniciais:

“E depois é tentar manter o espírito inicial, que é sempre uma coisa difícil, de acordo com todas as expressões... E o espírito inicial é fazer os livros que acho que acrescentam alguma coisa. Ou seja, que trazem alguma coisa.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

De facto, avaliando a terceira característica dos livros a publicar, enunciada anteriormente (“novos autores”), vemos que a Mariposa Azul publicou 4 poetas estreados (em 17 obras individuais) nesta segunda fase de vida, mantendo sensivelmente a média da primeira, em que

⁸⁹ A classificação da Mariposa Azul como estando inserida no pólo da *vanguarda*, definido por oposição ao da *vanguarda consagrada*, parte, como é explícito, do discurso dos agentes. A tentativa de uma classificação de outra natureza, que buscasse uma maior objectividade, entraria nos domínios da Estética e da Teoria Literária e obrigaria a comparações entre obras de várias editoras – isto é, está totalmente fora dos limites deste estudo.

publicou 2 em 8 obras individuais⁹⁰. Diga-se que esta postura de *conservação* não é uma característica rara nas pequenas editoras: de entre as 17 recenseadas por Legendre e Abensour, 6 consideraram não ter tido nenhuma inflexão relevante na sua política editorial – talvez não por força do acaso, 3 delas descreveram projetos iniciais relativamente semelhantes ao da Mariposa Azul, falando em “independência”, “underground” e revelação de autores não publicados (Legendre e Abensour, 2007a: 52).

Conforme avançamos já no subcapítulo dedicado aos modos de organização, Helena Vieira e Nuno Moura assentam claramente no perfil de criador denominado “autodidata apaixonado”, por contraposição ao “profissional do livro” e ao “profissional vindo de atividade próxima” (Legendre e Abensour, 2007a).

Explicitados que estão os pontos relativos à política editorial, entremos nos assuntos relativos ao catálogo de 36 obras da Mariposa Azul, focando os três tópicos de Legendre e Abensour (2007a) nesta matéria: ritmo de produção, livros marcantes e especialidades.

Helena Vieira e Leonel Guerreiro catalogam sem hesitações a Mariposa Azul como uma editora de poesia. Porém, contra expectativas iniciais, recusam, em sede de discurso, a *especialização* em poesia⁹¹. Ao mesmo tempo que recusa a ideia da *especialização*, Helena Vieira declara considerar a poesia um género superior em si⁹² e no contexto literário português recente⁹³, bem como uma preferência pessoal⁹⁴, rematando esta posição com um elucidativo comentário:

“...e esclarecer aqui um acidente: a Mariposa é uma editora de poesia mais por culpa de quem nos envia os textos do que por decisão nossa!”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Isto é: a Mariposa Azul tem sido, e é, inegavelmente, uma editora de poesia, mas é-o mais a partir de um reconhecimento factual retrospectivo do que como consequência de uma política consistente de exclusividade ou de especialização. A tendência, típica da pequena edição, de personalização da política editorial – no sentido da atribuição de preponderância à subjetividade estética dos editores contra o economicismo – acoplada aos gostos e atividades dos editores, um deles ele próprio poeta (Nuno Moura), explicam parcialmente esta linha consistente de edição de poesia.

⁹⁰ Não contabilizamos aqui a *Obra*, de Adília Lopes, que é uma recolha de todos os livros publicados pela autora até à data.

⁹¹ “Especializados, não, mas [com] mais experiência [na edição de poesia], sim. Mas não somos especializados” (Helena Vieira, entrevista n°2).

⁹² “A poesia é um espaço de expressão dos melhores artífices da língua” (Helena Vieira, entrevista n°2).

⁹³ “A poesia... eu acho que a poesia tem sido a área mais interessante da literatura em Portugal. A publicação de poesia [por parte da Mariposa Azul] também tem a ver com isso. Os originais mais interessantes que chegam são de poesia” (Helena Vieira, entrevista n°2).

⁹⁴ “Isto para te explicar um bocadinho porque é que a Mariposa não editava prosa (...) Francamente, realmente, do que eu gosto mesmo é de poesia. Não tem nada a ver [com a prosa]” (Helena Vieira, entrevista n°5).

Dizemos “parcialmente” porque também os modos de produção se intrometem aqui como fator decisivo:

“Porque é que nós [Mariposa Azul] fazemos tanta poesia? Os poetas não vivem da sua escrita. Ao contrário dos autores da prosa – todos eles têm procurado viver disso. E então aconteceu aqui uma divisão de águas. Por um lado, as grandes editoras não estão interessadas nos poetas porque não lhes trazem nada, para o volume deles – e porque provavelmente muitos dos poetas dizem que não estão interessados em dar autógrafos, que não vão à Feira do Livro... Portanto, são pessoas a quem o nosso formato pequenino não incomoda.”

(Helena Vieira, entrevista n°5)

A tendência discursiva de superiorização da poesia é mais evidente em atos como o desta diferenciação face à prosa, não apenas de ordem estética mas, sobretudo, de ordem ética – a prosa, tendencialmente rentável, é associada aos conglomerados e sua lógica economicista; a poesia, o género marginal e gerador de prejuízo, é palco do “amor à arte e abnegação venal” (Medeiros, 2012a) que caracterizam o pólo antieconómico da arte pura (Bourdieu, 1996). É o género onde, di-lo Helena Vieira, os autores aceitam uma exposição rarefeita em benefício de uma ideia de liberdade ou independência.

Sobra, ainda, o segundo género publicado pela Mariposa Azul, o ensaio. Por ter um objeto muito específico, a obra de Maria Gabriela Llansol (1931-2008), trata-se, para Helena Vieira, de uma “coleção à parte”, produto do trabalho da própria enquanto membro do Espaço Llansol e também da sua amizade com João Barrento⁹⁵. É o resultado de um vasto trabalho de catalogação e exegese da obra e do espólio da autora portuguesa que teve início, sobretudo, a partir da sua morte – data de 2008 a criação do Espaço Llansol e também a edição dos primeiros livros da Coleção “Rio da Escrita”. Esta é uma linha editorial que do ponto de vista discursivo assume claramente uma posição secundária face à coleção de poesia, o verdadeiro núcleo editorial da Mariposa Azul e o seu conferente de identidade nos níveis interno e externo. Foi sobre poesia que Helena Vieira e Leonel Guerreiro falaram *por defeito* quando se abordaram em entrevista variados temas do campo editorial e literário. Assim, avaliando o peso relativo das duas coleções e tomando em conta a extrema especificidade da Coleção “Rio da Escrita”, será lícito estabelecer que a Mariposa Azul é uma editora de poesia *com* uma coleção paralela no género ensaio.

⁹⁵ João Barrento (n. 1940) é um ensaísta, tradutor e crítico literário português que, com Maria Etelvina Santos, fundou a Associação de Estudos Llansolianos em 2008, na sequência de ambos terem sido incumbidos pela autora de tratarem o seu espólio. A associação gere o Espaço Llansol, situado na antiga moradia da autora, em Sintra. Em 2008, João Barrento pediu a Helena Vieira a publicação na Mariposa Azul de um conjunto de ensaios seus e da tese de doutoramento de Maria Etelvina Santos sobre Maria Gabriela Llansol. O pedido foi aceite (resultou em, respetivamente, *Na dobra do mundo – escritos llansolianos* e *Como uma pedra-pássaro que voa – Llansol e o improvável da leitura*, editados em novembro de 2008) e, desde então, todos os anos é editada na Mariposa Azul uma recolha de ensaios apresentados nos encontros anuais do Espaço Llansol. Ver: <https://bloguedaave.wordpress.com/2011/09/22/reportagem-um-dia-no-espaco-de-maria-gabriela-llansol/> Consulta em: 10 de janeiro de 2016.

Passemos agora ao ritmo de produção da editora, inserível na modalidade mais baixa de entre as três apresentadas por Legendre e Abensour (2007a)⁹⁶, *menos de 10 obras por ano*:

Quadro IV.1. Ritmo de produção editorial

Fase	Período temporal	(1) Nº de livros do género poesia editados	Média anual (1a)	(2) Nº de livros do género ensaio editados	Média anual (2a)	Nº total de livros editados (1+2)	Média Anual total (1a+2a)
1ª	2 anos e 7 meses (maio 1998-dezembro 2000)	9	~3,5	0	0	36	4,8
2ª	7 anos e 6 meses (março 2008-setembro 2015)	19	~2,5	8	~1		

Se contabilizarmos apenas a coleção de poesia, verificamos uma diferença considerável entre a primeira fase e a segunda, menos profícua; desde 2008 que a Mariposa Azual vem publicando por ano, em média, um livro de poesia a menos do que no seu primeiro período de atividade. Já se contabilizarmos ambas as coleções, chegamos a médias anuais praticamente idênticas nas duas fases. Porém, a diferença nas tiragens⁹⁷ é incontornável: se na primeira se fez uma média de aproximadamente 888 exemplares por livro, tendo-se atingido o pico com a *Obra* de Adília Lopes (2000 exemplares), na segunda fase reduziu-se drasticamente a tiragem média para menos de 250 exemplares (aproximadamente 247 nos livros de poesia e cerca de 238 nos livros do género ensaio). A segunda fase é também a altura em que a Mariposa Azual começa a fazer reedições. Reeditaram-se 5 obras, duas delas duas vezes, com uma tiragem média de 329 exemplares – bastante superior à média das primeiras edições na segunda fase e que se poderá explicar pelo sucesso constante das reedições⁹⁸.

Esta radical inflexão, que tem início logo no regresso à atividade em 2008, é indissociável de dois fatores principais: 1) a diminuição dos recursos próprios disponíveis entre a primeira fase e a

⁹⁶ Legendre e Abensour apresentam três modalidades de ritmo de produção: 1) entre 3 e 8 por ano; 2) entre 10 e 20 por ano; 3) mais de 20 por ano. A omissão dos números 1, 2 e 9 na primeira deve-se ao facto de as modalidades terem sido construídas após a recolha e análise dos dados – nenhuma das 17 editoras censuradas demonstrou ter um ritmo de produção na ordem das 9 obras por ano, nem nenhuma produziu uma média inferior a 3. Uma vez que, aqui, o uso deste indicador se reveste de características diferentes, optámos por adaptar a primeira modalidade para incluir os valores 1, 2 e 9.

⁹⁷ Contabilizamos aqui apenas as tiragens das primeiras edições. Uma vez que uma reedição é sempre um ato editorial que segue lógicas económicas diferentes, optamos por tratar as reedições em separado.

⁹⁸ Três obras foram reeditadas uma vez e duas foram reeditadas duas vezes. De entre estas sete impressões suplementares, apenas uma não esgotou (*Nova asmática portuguesa*, reedição de 2013 da primeira publicação da Mariposa Azual, com 500 exemplares). As restantes obras são as seguintes: *Vim porque me pagavam*, Golgona Anghel (1 reedição); *Groto Sato*, Raquel Nobre Guerra (1 reedição); *Mulher ao mar*, Margarida Vale de Gato (2 reedições); *Contra a manhã burra*, Miguel-Manso (2 reedições, sendo que a primeira edição é uma reedição da edição de autor publicada por Miguel-Manso).

segunda; 2) a convicção dos editores de que a poesia se tornou num género (ainda mais) ignorado pelo público, e que consequentemente as tiragens deveriam adaptar-se à tendência. Em suma: o ritmo de produção tem sido relativamente uniforme ao longo dos cerca de 10 anos de atividade da Mariposa Azul mas as tiragens reduziram drasticamente na segunda fase – e, assim, abandonou-se parte do modelo de Manuel Hermínio Monteiro, naquilo que dizia respeito à penetração no mercado.

No que toca à categoria “livros marcantes” (Legendre e Abensour, 2007a), divisível em três tipos, Helena Vieira e Leonel Guerreiro rechaçaram qualquer superiorização de uma obra sobre outra, mesmo se apenas sob um ponto de vista económico. Os editores nivelam todos os livros: não há nem *livros-charneira*, nem *sucessos estruturantes*, nem *falhanços formadores* (Legendre e Abensour, 2007a), estes últimos porque, diz Helena Vieira na segunda entrevista, “as expectativas são baixinhas”. Se quiséssemos, ainda assim, inserir à revelia alguma obra em algum destes tipos, escolheríamos a *Obra* de Adília Lopes como sucesso estruturante, pelo número inaudito de exemplares, pelo inegável capital simbólico da autora à época da publicação, por ter envolvido uma colaboração com Paula Rego – que criou e disponibilizou gratuitamente ilustrações específicas para o livro – e por ter sido “o único livro a dar algum dinheiro” na primeira fase da editora, segundo Nuno Moura.

A análise da Mariposa Azul numa outra categoria de Legendre e Abensour, “trocas e parcerias internacionais”, é esclarecedora quanto ao seu *modus operandi*: não há registo de experiência em coedição, em cedência de direitos ou em compra de direitos para a difusão de livros estrangeiros ou no estrangeiro (Legendre e Abensour, 2007a) – apenas *Um teste de resistores* (2015), da brasileira Marília Garcia, que é uma reedição da edição brasileira⁹⁹, envolveu a cedência de direitos, que foi tratada sem recurso a trocas económicas. De entre as 26 obras individuais de poesia publicadas até ao momento, nenhuma delas foi traduzida e apenas duas foram da autoria de poetas brasileiros. Assim, a Mariposa Azul tem sido, sem margem para dúvidas, uma editora concentrada na poesia contemporânea de autores portugueses. Mas como se processam as relações da Mariposa Azul com os seus autores, sob a perspetiva do projeto editorial?

Em primeiro lugar, a relação Mariposa-autores, salvo uma única exceção, nunca envolveu nenhum tipo de contrato escrito; todos os acordos são celebrados verbalmente e baseiam-se num princípio de confiança mútua¹⁰⁰ – também porque, aquando da publicação de várias das obras do

⁹⁹ Garcia, Marília (2014), *Um teste de resistores*, 7letras, Rio de Janeiro.

¹⁰⁰ Apenas a publicação da *Obra* de Adília Lopes envolveu a celebração de um contrato escrito, que acabou por ter um destino pouco feliz para a MA: “Com a Adília tínhamos um contrato que não serviu de nada, porque ela passado três meses fez uma antologia na Quasi. E foi aí que eu decidi: ‘nunca mais’. Porque se qualquer uma das partes rompe o contrato, a outra parte não tem dinheiro para ir pô-los em tribunal” (Helena Vieira, entrevista nº5). Isto é: tendencialmente, os contratos escritos têm para a Mariposa Azul – e editoras de semelhante dimensão e modo de operar – pouca utilidade, uma vez que, perante uma situação de

catálogo, os editores eram já íntimos dos autores. Este dado dá desde já conta da informalidade e proximidade do relacionamento entre a Mariposa Azul e os autores, que é o mesmo que dizer: entre os editores e os autores, elevado que é o grau de personalização da gestão.

Também há os casos em que os editores não conhecem pessoalmente o autor quando recebem o manuscrito, embora, garante-nos Helena Vieira, as relações pessoais desenvolvidas subsequentemente sejam sempre positivas e próximas. Falamos, neste caso, da *modalidade de recrutamento* “publicação de manuscritos enviados espontaneamente”, que na segunda fase de vida da editora tem sido regra¹⁰¹. Com Nuno Moura (entre 1998 e 2000), as restantes duas modalidades, “pedidos individuais específicos” e “acompanhamento de autores já conhecidos”, tiveram maior peso (Legendre e Abensour, 2007a); Nuno Moura continua a seguir estas modalidades nas suas atividades atuais como editor – é, digamos, uma marca pessoal. Nesta segunda fase a Mariposa Azul tem publicado cerca de 10% dos manuscritos recebidos.

10% é também a proporção da tiragem de uma obra que a Mariposa Azul entrega atualmente aos autores como substituição do pagamento pecuniário de direitos de autor. Não se trata de uma estratégia de fidelização mas antes de uma retribuição que os editores consideram “justa” e que Helena Vieira considera corresponder em valor, sensivelmente, à prática comum nas editoras profissionalizadas. Aliás, Helena Vieira declara que, em sentido estrito, a Mariposa Azul não tem “nenhuma estratégia” para a fidelização de autores:

“Nós temos muito boas relações com os autores que publicámos até agora, temos um princípio do qual não vamos abrir mão nunca (acho eu), que é: a Mariposa é uma editora de livros e não uma editora de autores, com tudo o que isto quer dizer. Nem os autores têm connosco nenhuma espécie de vínculo, nem nós em relação a eles. Portanto, nós publicamos os livros que achamos que devemos publicar, e os autores continuam a ter toda a liberdade para publicar noutras editoras, até porque de modo geral os autores que nós publicamos circulam entre outras editoras, e isso é normal, vão e vêm, e escrevem às vezes as apresentações doutros livros... *Não há nenhuma estratégia, há amizade. Há afinidade, há afinidades estéticas.*”

(Helena Vieira, entrevista nº2, com realce a itálico nosso)

A tendência para a circulação dos autores entre as pequenas editoras e a inclinação da Mariposa Azul para editar autores previamente não publicados¹⁰² acabam também por tornar a fidelização num problema relativamente periférico, ao qual não é atribuído nenhum particular valor, nem sentimental nem económico. Da maior importância, aí sim, são as relações pessoais que se criam entre os autores e os editores, e que, ecoando as afirmações de Helena Vieira, pouco terão a ver com qualquer tipo de estratégia de fidelização ou captação de autores.

desrespeito ao acordado, os valores em causa dificilmente justificam os gastos (em dinheiro e em tempo pessoal) que um processo judicial em regra exige.

¹⁰¹ A única exceção apontada: *Voo rasante*, a antologia de 67 poetas de língua portuguesa editada no início de 2015.

¹⁰² A Mariposa Azul editou 6 primeiras obras de entre os 23 livros de poesia publicados em nome individual e pela primeira vez na editora – mais de um quarto do total.

Não sendo de todo necessário que nas editoras de maior dimensão a relação entre o editor e o autor seja de algum modo distante ou fria (porque tendencialmente profissional), é facto que nas pequenas editoras as relações de amizade se situam no centro de todas as atividades. Mas diga-se, igualmente, que não deixa de ser difícil distinguir onde começa a amizade e onde começa a “afinidade estética” – diríamos que se reforçam mutuamente. Há, sem dúvida, dentro de cada editora e em todo o subcampo da poesia, um sentimento e uma *praxis* de comunidade que implica todos os anelos da cadeia do livro, desde o autor ao leitor – categorias que tantas vezes coincidem na mesma pessoa –, em que interesses e afinidades estéticas comuns juntam pessoas que se tornam amigas e em que pessoas que são amigas colaboram nas suas atividades do campo. Eis, verdadeiramente, o “relatively autonomous relational space” descrito por Dubois (2006).

IV.4. Modos de comercialização

“E quando tu gostas de uma coisa, quando tu lês um livro de que gostas, tu dás aos teus amigos e dizes, ‘pá, anda ler isto, isto é fantástico’. Essa é a pulsão do editor. Claro, depois há aquela parte chata que é: é preciso pedir dinheiro em troca, porque os livros custam a fazer. Mas se eu pudesse, eu oferecia os livros todos. Andava aí tipo Jeová...”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

A comercialização é um tópico delicado no *pólo antieconómico da arte pura* – é aqui que o editor se confronta com a sua segunda face de homem ou mulher de negócios e com os problemas e incertezas do mercado; é também aqui que o editor se põe numa situação de risco ao, expondo-se, apostar grandes porções de capital simbólico. Em casos-limite como o da &etc, as baixas vendas e a ausência de lucros transformam-se em motivo de exaltação, putativa prova de uma total autonomia estética¹⁰³: é o apogeu do “mundo económico invertido” (Bourdieu, 2001). A Mariposa Azul não parece, porém, situar-se em terrenos tão radicais assim; vejamos como. Começaremos com considerações sobre a difusão-distribuição e sobre a venda em livrarias e passaremos, depois, à venda direta, tratando de permeio o trabalho promocional da Mariposa Azul.

A editora principiou com uma estrutura de autodifusão-distribuição¹⁰⁴ (Legendre e Abensour, 2007a)¹⁰⁵ e tem-na mantido até à fase atual, com a exceção de uma curta (e negativa) experiência

¹⁰³ Ver a entrevista de Vitor Silva Tavares a Alexandra Lucas Coelho em AAVV, 2013: 104-137. É o que Nuno Medeiros designaria como a “exibição de um autocomprazimento relativamente à excentricidade do seu desígnio estritamente cultural, herdeiro de venerandas referências” (Medeiros, 2009b: 54).

¹⁰⁴ A utilização dos conceitos de *difusão* e de *distribuição*, tal como é feita no estudo de Legendre e Abensour, tem pouca ou nenhuma utilidade operativa quando se observa uma (tão) pequena editora portuguesa como a Mariposa Azul ou como muitas outras do subcampo. Dada a pequenez da escala, a difusão e a distribuição confundem-se, pois se uma pequena editora decide recorrer a uma empresa para fazer a distribuição não recorrerá a outra para fazer a difusão – no contexto português, as funções são exercidas cumulativamente pela entidade contratada. Optámos, assim, por fundir os conceitos e os indicadores de Legendre e Abensour neste domínio e empregar sempre o conceito *difusão-distribuição*, que abarca as ações de promoção de obras do catálogo junto das distribuidoras e/ou dos livreiros e também todas as atividades de distribuição

com uma distribuidora entre 2000 e 2001. O “succès structurant” *Obra* (Adília Lopes) estava prestes a ser editado e a tiragem inusitada (2000 exemplares), bem como a popularidade da autora, levaram Helena Vieira e Nuno Moura a contratar os serviços de uma distribuidora que ajudasse numa melhor e mais rápida disseminação territorial, tanto do livro recém-editado como da própria editora ainda nos primeiros passos. A experiência foi, porém, “uma ruína” – pelo desconto praticado, 58% sobre o preço de capa¹⁰⁶, e pela incapacidade de superar a capacidade de distribuição da própria Mariposa Azual:

“Eles não vendiam quase nada, punham muito menos livros que nós... Foi a única experiência, durou um ano. Quando acabou o contrato, nós: ‘ok, nós levamos os livros, tchau.’ Não precisamos de distribuidoras!”

(Helena Vieira, entrevista n°5)

A experiência negativa teve efeitos *traumáticos* e, assim, a autonomia na distribuição manteve-se até no período em que Helena Vieira operou sozinha (2008-2013), com práticas comerciais face às pequenas livrarias inalteradas desde há 17 anos: após contacto iniciado por uma das partes, os livros são transportados diretamente pelos editores no seu veículo pessoal e entregues às livrarias à consignação¹⁰⁷, podendo em casos mais raros ser enviados por correio; depois, em períodos desfasados, os editores deslocam-se novamente às livrarias para recolherem, se os houver, os livros que sobraram e para receberem 60% do preço de capa dos livros vendidos¹⁰⁸ – temos, portanto, um desconto de 40% para os livreiros, muito inferior à margem praticada pela distribuidora aquando da experiência falhada de 2000-2001. A prática é ligeiramente diferente com a única grande rede de livrarias com a qual a Mariposa Azual tem trabalhado, a Fnac, que, após contacto e negociação com a Direção de Compras, recebe os livros diretamente no seu armazém nacional e os distribui pelo país

direta. A difusão-distribuição divide-se, assim, na autodifusão-distribuição ou na difusão-distribuição delegada.

¹⁰⁵ A maioria das pequenas editoras francesas também começa a sua atividade neste sistema: (...) “les petits éditeurs, dans une large majorité, ont commencé leur activité en autodiffusion” (Legendre e Abensour, 2007a: 61). Porém, a dimensão territorial e a existência de um número de pontos de venda bastante superior complexificam os exercícios de comparação quanto à evolução posterior. A generalidade das editoras francesas recenseadas que fazem autodistribuição almeja, em certos casos desde o início da atividade, passar à distribuição delegada (Legendre e Abensour, 2007a: 74-75). Como veremos, a Mariposa Azual, malgrado a sua relativa antiguidade e conseqüente dimensão do catálogo, mantém um interesse muito baixo em recorrer a distribuidoras, uma vez que a sua (parca) estrutura é capaz de satisfatoriamente distribuir os livros impressos – cujas tiragens, ademais, não só são recorrentemente baixas, raras vezes ultrapassando os 300 exemplares (na sua segunda fase), como são em boa parte escoadas em venda direta.

¹⁰⁶ Um valor similar à moda estabelecida por Neves *et al.* a partir de dados recolhidos em 2007 junto das editoras portuguesas: 55% de desconto sobre o preço de capa (Neves *et al.*, 2012b: 71). Legendre e Abensour, para os casos estudados em França, notaram uma variação entre os 53 e os 56% de desconto sobre o preço de capa (Legendre e Abensour, 2007a: 75).

¹⁰⁷ A consignação é o modo de comercialização mais amplamente utilizado pelas editoras portuguesas: 74,2% das editoras com edição como atividade principal e com outra atividade principal declararam, em 2007, utilizar este modo; por contraste, a compra a firme sem direito de devolução era praticada por pouco mais de um terço das editoras recenseadas (Neves *et al.*, 2012b: 70-71).

¹⁰⁸ Os editores não relataram qualquer caso de receção por correio (ou por outro meio) dos livros sobranes e dos valores devidos – esta recolha é, assim, sempre realizada em pessoa.

ao seu próprio critério. Finalmente, uma livraria lisboeta independente faz compra a firme com direito de devolução – caso único.

Deste modo, a Mariposa Azual é inserível em duas categorias de Legendre e Abensour: do ponto de vista da exclusividade da distribuição, a editora pratica uma “autodifusão-distribuição *strictu sensu*”, no sentido em que não existe registo de distribuição de livros de outras editoras; no tocante à disseminação territorial, a Mariposa Azual faz, por inerência da categoria anterior, uma “comercialização na proximidade”, com entregas diretas e de baixo número nas livrarias – quase sempre em Lisboa – e uma relação personalizada com os livreiros (Legendre e Abensour, 2007a: 66-72, 76-80), ou gestores, no caso da Fnac.

Os modos de relacionamento pessoal e comercial com os livreiros são tópicos centrais na atividade da editora e sua análise – ou não tivessem ocupado uma considerável fatia das entrevistas realizadas com os atuais editores e também com Nuno Moura. De um modo geral, a experiência da Mariposa Azual com livreiros tem tuas linhas antagónicas: no lado pessoal, proximidade e mesmo afeto; já no lado comercial, desilusão ou mesmo indignação.

A Mariposa Azual tem atualmente¹⁰⁹ livros disponíveis na rede Fnac e em doze livrarias¹¹⁰ – cinco em Lisboa, três no Porto, duas em Guimarães, uma em Leiria e uma em Sines. No passado trabalhou com um vasto número de livrarias independentes espalhadas por todo o país, malgrado a concentração em Lisboa e no Porto, mas tem vindo a reduzir as colaborações – e Helena Vieira afirma que pretende reduzi-las mais ainda¹¹¹ –, consequência de três grandes problemas presentes desde o início da atividade da editora: os atrasos ou falhas nos pagamentos, as falências e a ineficácia comercial.

Tem sido recorrente a Mariposa Azual receber o pagamento da venda de livros com “dois ou três anos de atraso”, por vezes após “muito esforço” junto dos livreiros, tendo sido também relatados casos de total ausência de pagamento. Além disso, os anos de atividade da Mariposa Azual têm coincidido com a falência e fecho de um sem número de livrarias independentes em Portugal¹¹², cujo resultado é normalmente o não pagamento de valores devidos por livros já vendidos. O efeito destas práticas e incidentes no ânimo dos editores não é de modo algum subtilizado pelos próprios:

“Sim... E depois receber, esquece. Isso deu cabo de mim. Pura e simplesmente não pagavam.”

¹⁰⁹ A data de referência é o fim do período de observação: 30 de setembro de 2015.

¹¹⁰ Este número, disponibilizado pelos editores, refere-se a livrarias com relação comercial direta com a Mariposa Azual, i.e., exclui alfarrabistas que tenham obtido livros, neste sentido, indiretamente. A editora não tem conhecimento das lojas Fnac em que os seus livros estão disponíveis num dado momento, uma vez que essa distribuição é, conforme referido anteriormente, feita ao critério da cadeia.

¹¹¹ Ver o subcapítulo “IV.6. Perspetivas e expectativas”.

¹¹² Conforme foi já referido anteriormente, entre 2004 e 2012 deu-se um declínio de 19% do número de pequenas empresas livreiras, correspondentes sensivelmente às livrarias independentes (Neves *et al.*, 2014).

(Nuno Moura, entrevista nº4)

“É a pior parte de fazer um livro, são os livreiros.”

(Leonel Guerreiro, entrevista nº5)

“Ao menos com a Fnac há jogo limpo. (...) É que não há maneira de trabalhar.”

(Helena Vieira, entrevista nº5)

Poder-se-á tecer aqui uma ligação evidente entre a hipótese de que as livrarias independentes foram os agentes do livro mais afetados pelos processos de integração (Neves *et al.*, 2014: iv), o desaparecimento de muitas pequenas empresas livreiras no presente século (Neves *et al.*, 2014) e as dificuldades nos pagamentos relatadas pela Mariposa Azul. Este cenário é secundado pelos editores:

“Helena Vieira – Os livros ainda não tinham migrado para os centros comerciais, as nossas cidades ainda não estavam cheias de centros comerciais. Não tinham Continentes, não é?”

Entrevistador – E ainda havia várias livrarias de província, não é?

Helena Vieira – Todas as cidades de província tinham duas ou três livrarias de qualidade e de referência.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

“Nuno Moura – (...) Mas nessa altura [entre 1998 e 2000] ainda se vendiam livros, as pessoas compravam livros nas livrarias, as pessoas compravam livros.

E – Havia mais livrarias, também.

Nuno Moura – No país todo!”

(Nuno Moura, entrevista nº4)

Porém, importa fazer notar que Helena Vieira, Leonel Guerreiro e Nuno Moura detalharam más práticas comerciais recorrentes e generalizadas, sugerindo haver nelas um certo grau de independência da situação económica da empresa.

Sobra ainda o terceiro principal problema da relação com os livreiros, a ineficácia comercial, que Helena Vieira e Leonel Guerreiro ligam diretamente a dois fatores: a prática (em regra exigida pelos livreiros) da entrega de livros à consignação e o declínio dos hábitos da leitura *cultivada* em Portugal, particularmente da poesia mas também do ensaio. No primeiro caso, Helena Vieira e Leonel Guerreiro apontam a consignação como um incentivo ao desleixo dos livreiros, por contraposição à compra a firme (com ou sem direito de devolução). Às muitas livrarias que foram fonte de problemas no pagamento e que foram comercialmente ineficazes, os editores antepõem uma livraria lisboeta em particular, precisamente a única que pratica a compra a firme – e, ao declararem-na “a melhor livraria do mundo”, demonstram que neste caso existe uma consonância entre a tonalidade da relação comercial e a da relação pessoal. Quanto às restantes pequenas livrarias – a Fnac não é alvo de críticas –, abundam os relatos de entregas de livros à consignação dos quais nenhum exemplar é vendido. Um exemplo, em referência a uma livraria fora de Lisboa e do Porto:

“Não vendeu porque não os pôs na montra, porque não... porque os livros não lhes custam nada! Estavam na caixa e na caixa ficaram e nós fomos buscá-los. Tivemos o custo de ir levá-los e de ir buscá-los”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

A este problema junta-se o (ou a intuição do) declínio dos hábitos de leitura, amplamente reproduzida por todo o campo literário e em outros campos culturais. Partindo do exemplo da diminuição drástica do volume de encomendas da Fnac entre o primeiro período da Mariposa Azul e o atual (em média, de 100 para 10 exemplares de cada obra), Helena Vieira afirma:

“Isto é só para teres uma ideia de como os números... as pessoas leem cada vez menos, pelo menos poesia (...), ou então há mais livros”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Não é certo que em Portugal se leia cada vez menos, por comparação com esse período inicial da Mariposa Azul; na transição do século XX para o século XXI tem-se assistido a um aumento das taxas de leitores (Neves, 2011: 294) e, paralelamente, há de facto “mais livros” (Neves, 2011: 104-105)¹¹³, embora não “livros novos” (Dionísio *et al.*, 2012: 26)¹¹⁴. Acontece, porém, que o peso da categoria *grande leitor*, o consumidor tradicional das obras pertencentes à cultura dita erudita – que está diretamente relacionada com a poesia –, tem vindo a decrescer significativamente (Neves, 2011: 296); advirá daqui esta intuição de Helena Vieira.

Porém, a atividade comercial da Mariposa Azul não se cinge de todo às livrarias – na verdade, os editores afirmam que a venda em loja é superada pela venda direta (*online* e *person-to-person* combinados)¹¹⁵. É assim que entramos em dois dos mais importantes e distintivos aspetos da atividade da Mariposa Azul e de todo o atual subcampo da *pequena edição de poesia*: a presença *online* e as apresentações e leituras públicas de livros – enquadráveis no nosso modelo como trabalho promocional mas muito relevantes também como espaços de sociabilidade (Dubois, 2006).

¹¹³ Entre 2000 e 2009, o número anual de registos de Depósito Legal cresceu dos 14066 para os 17015. Entre 2000 e 2006, registou-se um aumento de exemplares colocados no mercado catalogados como “literatura” – a categoria à qual Helena Vieira se estava a referir diretamente no fragmento discursivo que transcrevemos nesta página – dos 7 para os 11 milhões de livros (Neves, 2011: 104-105). De realçar que os dados aqui expostos não permitem tirar conclusões cabais devido à sua desatualização, embora, para o efeito, possamos dizer que entre o fim da primeira e o início da segunda fase de vida da Mariposa Azul houve um aumento nas taxas de leitura e na quantidade (não na diversidade) de livros editados, bem como do número de exemplares lançados no mercado, por ano.

¹¹⁴ Entre 2007 e 2011, o número de novos livros editados ou importados decresceu para menos de metade – de 4555 para 2033. Dionísio *et al.* adscvem esta radical diminuição aos efeitos combinados do clima económico e da concentração editorial (Dionísio *et al.*, 2012: 26).

¹¹⁵ Não nos foram disponibilizados dados concretos sobre o peso (em percentagem ou valor) de cada meio de venda nos números totais de vendas da Mariposa Azul. Não obstante, os editores facultaram-nos o seguinte *ranking* com base percentual: 1) Fnac, 2) venda direta *online*, 3) venda direta *person-to-person* e 4) outras livrarias. A combinação entre os dois modos de venda direta supera percentualmente a combinação entre a Fnac e as restantes livrarias.

As leituras públicas de poesia são nos dias de hoje, em Lisboa e no Porto, recorrentes, sejam patrocinadas por pequenas editoras, sejam obra de grupos informais¹¹⁶ sem propósitos de comércio. Porém, nem sempre assim foi em Lisboa, de acordo com Nuno Moura: antes da criação do seu próprio grupo de leitura performática COPO¹¹⁷ em 1998, apenas Mário ‘Changuito’ Guerra¹¹⁸ fazia leituras regulares públicas de poesia na capital, no Teatro da Barraca. O COPO fez, até à saída de Nuno Moura da Mariposa Azul, um grande número de atuações por todo o país, tornando-se verdadeiramente num veículo de promoção das publicações da editora, bem como num estímulo para a posterior (e atual) profusão de eventos similares em Lisboa¹¹⁹, uma vez que o grupo tinha também uma atuação semanal num antigo bar próximo da zona do Castelo. Mesmo após a saída de Nuno Moura, a prática nunca desvaneceu: todos os 36 livros editados pela Mariposa Azul, de poesia ou de ensaio, tiveram sessão de apresentação e/ou foram lidos, em parte ou na íntegra, em algum evento público com envolvimento da editora, facto que dá conta da importância atribuída a estas atividades pela Mariposa Azul. Esta prática não pode ser considerada um costume sedimentado no subcampo, que funcione como uma *regra*, pois algumas editoras de peso não têm o hábito de fazer leituras ou apresentações (a editora Língua Morta, por exemplo, ou a recém-desaparecida &etc, e numa certa medida também a Averno).

Estas apresentações e leituras públicas, da Mariposa Azul e da maioria das pequenas editoras de poesia¹²⁰, têm amiúde dois denominadores comuns: 1) os editores expõem obras mais antigas

¹¹⁶ A recorrência deste tipo de eventos tem captado o interesse dos meios de comunicação social: em 2015, e olhando apenas para meios de comunicação de alcance largo, foram publicados dois artigos-roteiro sobre os circuitos de leitura de poesia em Lisboa e no Porto, um no jornal Público e outro no jornal Observador. Ver: <http://observador.pt/2015/12/22/beber-um-copo-vinho-ouvir-poesia-nova-forma-sair-noite/> e <https://www.publico.pt/local/noticia/a-poesia-anda-a-solta-pelas-ruas-e-noite-de-lisboa1698011>. Consulta em: 13 de janeiro de 2016.

¹¹⁷ O COPO é um duo de leitura constituído por Nuno Moura e Paulo Condessa, o autor mais vezes publicado na Mariposa Azul (três obras). A primeira atuação deu-se precisamente na noite de apresentação da MA e do terceiro livro de Nuno Moura (“Nova Asmática Portuguesa”), em 1998, no Teatro da Barraca, onde decorriam as leituras de Mário ‘Changuito’ Guerra às quintas-feiras.

¹¹⁸ Mário Guerra, vulgo ‘Changuito’, dedicou-se a leituras semanais de poesia no Teatro da Barraca, sempre às quintas-feiras, entre 1995 e 2012, quando emigrou e foi sucedido por Miguel Martins. É também o antigo proprietário da livraria Poesia Incompleta, a única em Portugal dedicada exclusivamente à venda de poesia. Esteve aberta na Rua Cecílio de Sousa, em Lisboa, entre 2008 e 2012, altura de uma breve realocização para o Rio de Janeiro. Ver, a este propósito, um artigo do jornal Público de 27 de março de 2012: <http://www.publico.pt/culturaipilon/noticia/unica-livraria-de-poesia-do-pais-fecha-as-portas-sem-dividas1539612>. Consulta em: 14 de janeiro de 2015.

¹¹⁹ Para Miguel Cardoso, um dos poetas da Mariposa Azul entrevistados, a associação entre “poesia e um conjunto de espaços que foram aparecendo em Lisboa”, palco de leituras, passa a ser mais intensa a partir da segunda fase da Mariposa Azul (2008), intensificando e generalizando algumas práticas mais isoladas que, segundo Miguel Cardoso, “já existiam através do Nuno Moura” (Miguel Cardoso, entrevista nº1).

¹²⁰ Falamos aqui das apresentações e leituras públicas de livros *de poesia*. Numa perspetiva mais geral, sem olhar a géneros editoriais, podemos afirmar que a prática é maioritária entre as editoras portuguesas – em resposta ao Inquérito ao Setor do Livro (2007), 65% das editoras da amostra declararam fazer “eventos de lançamento de livros e sessões de autógrafos” (Neves *et al.*, 2012b: 149). Como nota lateral, acrescente-se que o autógrafo é, segundo as observações informais realizadas, uma prática muito rara, senão inexistente, no subcampo da poesia, possivelmente por simbolizar uma glorificação do autor que potencialmente pode ensombrar a sua obra; se nos recordarmos que Helena Vieira declarou, repetidas vezes, que a Mariposa

como meio de promoção dos fundos de catálogo; 2) os eventos estão associados a espaços recorrentes e concretos das cidades¹²¹, como sejam bares ou salas de teatro, e são maioritariamente frequentados por agentes do subcampo. Como síntese dos dois termos, temos a criação, manutenção e expansão de redes de distribuição de livros, tal como descrito por Craig e Dubois para o caso da poesia francesa (Craig e Dubois, 2010: 1).

A presença *online* é outro dos dois principais veículos de promoção da Mariposa Azul, reforçada a partir da segunda fase da vida da editora com a criação de uma página de Facebook¹²² (2010), de um blogue¹²³ (2011), de uma página de Youtube¹²⁴ (2015) e do *site*¹²⁵ (2008), renovado e mantido por Leonel Guerreiro a partir da sua chegada, e que disponibiliza todos os conteúdos e as funcionalidades já habituais nos dias de hoje: contactos, consulta/pesquisa do catálogo, apresentação das novidades editoriais, encomendas e vendas *online* (Neves *et al.*, 2012b: 149).

Todos os entrevistados fizeram questão de sublinhar o papel da Internet na edição de poesia, tendo Helena Vieira dito mesmo que “se não houvesse Internet, nada disto podia existir”, referindo-se à atual vivacidade do subcampo face à sua escassez de meios. Mais: Helena Vieira afirma que, sem a Internet e o seu uso generalizado entre a população, a própria Mariposa Azul dificilmente se poderia manter ativa:

“Se nós não vendêssemos tantos livros diretamente não conseguíamos.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

A Internet é, para Helena Vieira e Leonel Guerreiro, a causa das maiores inflexões na Mariposa Azul e no subcampo da edição de poesia em geral¹²⁶.

Meio de divulgação potencialmente massivo e tendencialmente gratuito, a Internet permite a abolição de custos concretos como os da impressão de catálogos, no caso da Mariposa Azul, uma vez que estes são disponibilizados para consulta fácil no *site*. A massificação do uso da Internet tem levado, também, à modificação dos métodos de promoção da editora: Nuno Moura relatou que,

Azul é uma editora de textos e não de autores, poderemos começar a entender como o autógrafo é uma prática *herética* segundo as regras do pólo da produção pura.

¹²¹ Esta “associação entre os espaços onde vais comprar, onde vais ler, que são muitas vezes os mesmos”, foi sublinhada por Miguel Cardoso, que a apodou de “importante para o ecossistema da poesia”, também “espécie de confirmação das limitações financeiras”.

¹²² Link: <https://www.facebook.com/mariposaazual>

¹²³ Link: <http://mariposaazual.blogspot.pt/>

¹²⁴ Link: <https://www.youtube.com/channel/UCapvw6xpzWU3Ew184WxBGvA>

¹²⁵ Link: <http://amariposa.net>

¹²⁶ Por comparação, nenhuma das 17 editoras recenseadas por Legendre e Abensour dão uma importância tão central à Internet (Legendre e Abensour, 2007a), mas recordemo-nos que os dados foram recolhidos em 2007, quando redes sociais com o Facebook estavam muito longe da omnipresença de hoje.

nesses anos iniciais da Mariposa Azual, era comum divulgar-se novas edições por telefone e por carta; a facilidade com que hoje se divulga uma obra ou um evento através de uma *mailing list* ou do Facebook torna esta prática, já, obsoleta. As potencialidades da Internet ajudaram, aliás, a Mariposa Azual a instituir, com crescente regularidade, a prática das promoções – no Dia Mundial da Poesia (21 de março), por exemplo, a editora oferece livros com 50% de desconto a partir do seu *site*. Estas promoções também são prática regular nas apresentações e leituras públicas.

Igualmente relevante é, também, o papel da Internet enquanto estímulo ao estabelecimento das redes de distribuição (e de sociabilização) referidas por Craig e Dubois:

“E depois há a história do Facebook, não é? Há o Facebook enquanto plataforma que permitiu a um conjunto de pessoas terem um contacto mais fácil. E sobretudo facilitar a divulgação destes eventos que passaram a ser centrais para a vida das editoras, para a vida da poesia para lá da página, e mesmo para as pessoas se conhecerem e acabarem por se descobrirem umas às outras.”

(Miguel Cardoso, entrevista nº1)

A junção de todos os fatores enunciados neste subcapítulo redundava num vaticínio de Helena Vieira, que prevê um caminho de polarização crescente na *pequena edição de poesia*:

“Começa é a haver estes dois caminhos: por um lado, as livrarias, como este meio intermédio, a desaparecerem... Isto está a provocar uma coisa que é: os livros ou estão nos supermercados, ou estão nos centros comerciais, nas tais livrarias da Fnac e da Bertrand, que estão em todos os centros comerciais, praticamente, ou então há este entrincheiramento, em que os pequenos editores têm o seu público e vendem diretamente. Dificuldades disto? É fundamental que os livros sejam expostos para poderes ir aumentando o teu público.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

A resposta a esta necessidade de exposição é o uso intensivo da Internet, mas também alguns outros meios comuns de promoção, a que a Mariposa Azual recorre amiúde, como o envio de livros à crítica de imprensa (discutiremos em detalhe os posicionamentos sobre a crítica no subcapítulo dedicado aos posicionamentos) e a participação em feiras do livro nacionais e eventos similares, que é prática normal entre as editoras lisboetas¹²⁷. Central na adaptação a esta previsão é a criação de uma “comunidade de leitores”, de base *online*, por parte da Mariposa Azual, que será discutida no subcapítulo dedicado às perspetivas de futuro.

¹²⁷ Em resposta ao Inquérito ao Setor do Livro (realizado em 2007), 65% das editoras sediadas em Lisboa declararam participar em feiras do livro nacionais (Neves *et al.*, 2012b: 148).

Finalmente, como corolário dos fatores discutidos neste e nos anteriores dois subcapítulos, surge a questão da atribuição dos preços de venda dos livros ao consumidor final (vulgo “preço de capa”). São seis os fatores centrais nomeados pelos editores:

- 1) A avaliação subjetiva do preço que os leitores estão dispostos a pagar. Esta avaliação é feita de modo não profissional, não se baseando em nenhum tipo de instrumento de análise económica;
- 2) O preço médio dos livros publicados pelas restantes editoras do subcampo;
- 3) Os 10% do preço de capa reservados ao pagamento de direitos de autor, regra geral convertidos em oferta equivalente de livros (10% da tiragem);
- 4) O desconto praticado com todos os intermediários (40% do preço de capa);
- 5) Os custos incorridos com serviços de pré-impressão: trabalho externo de ilustração, grafismo e/ou paginação;
- 6) Os custos incorridos com os serviços de impressão, que, em particular nesta segunda fase de vida da editora, são relativamente altos devido às baixas tiragens. Outros fatores de variabilidade dos preços em sede de impressão são o tipo e qualidade de papel, o número de páginas e a utilização de cores.

Comparando com as pequenas editoras francesas, a Mariposa Azul, neste tópico, segue a via das que consideram fatores outros que não os custos de impressão e os direitos de autor¹²⁸. Dentro desse grupo, Legendre e Abensour relatam que, talvez sem surpresa, as editoras têm métodos díspares de determinação de preços, resultado de combinações próprias de fatores (Legendre e Abensour, 2007a: 85).

IV.5. Posicionamentos e tomadas de posição

Para os editores e autores entrevistados, é consensual a existência de uma linha de continuidade entre as pequenas editoras de poesia – ou que *também* editavam poesia – das últimas seis décadas e as de hoje, incluindo, naturalmente, a Mariposa Azul. Nesse grupo de casas históricas podemos incluir, apesar da sua disparidade – no *modus operandi*, no tamanho, no contexto histórico e social –, a Contraponto, do *maldito* Luiz Pacheco¹²⁹, a Afrodite, de Fernando Ribeiro de Mello¹³⁰, a

¹²⁸ Legendre e Abensour afirmam que alguns dos pequenos editores recenseados determinam o preço de venda a partir de uma multiplicação “por 4 ou 5” da soma dos custos de feitura do livro com o pagamento devido em direitos de autor (Legendre e Abensour, 2007a: 84).

¹²⁹ Sobre a figura e a influência de Luiz Pacheco, personagem incontornável de uma certa edição e de uma certa literatura no Portugal da segunda metade do século XX, é útil consultar o trabalho do sociólogo da literatura João Pedro George (2002, 2013). Ver também o catálogo da Contraponto, reunido em: Gomes *et al.*, 2009. Para um levantamento histórico e sociológico dos usos do termo *escritor maldito*, tantas vezes aplicado a Luiz Pacheco, ver especialmente: George, 2013.

¹³⁰ A Afrodite foi alvo de uma monografia publicada em 2016 que serve também como panorama da edição portuguesa nas décadas de 60, 70 e 80 (Marques, 2016).

Frenesi e a omnipresente &etc, bem como editoras de génese mais recente como a Fenda e a Hiena. Na essência desta, chamemos-lhe assim, *comunidade alargada* está a ideia – necessariamente subjetiva e debatível – de um *fazer independente*, conglomerado de virtudes que inclui a recusa dos ditames do mercado, a gestão informal e personalizada, a relação de proximidade com os autores e, do ponto de vista do projeto editorial, a proximidade do pólo bourdiano da “vanguarda” (Bourdieu, 1996: 147), que, recordemos, pressupõe a inclusão no *pólo da produção pura* (Bourdieu, 1996). A este grupo junta-se a Assírio & Alvim do período de Manuel Hermínio Monteiro (1978-2003), posicionada no pólo da “vanguarda” mas com uma estrutura profissionalizada e com superior capacidade (e vontade) de penetração no mercado.

Porém, as diferenças contextuais face a editoras como a Afrodite, a Contraponto e a &etc dos primeiros tempos são de monta, e ajudam, até, a entender as transformações que se têm operado no campo editorial português, bem como o posicionamento dos editores e autores da Mariposa Azul face a essas matérias. Para Helena Vieira, os baixos níveis de educação no Portugal dos anos 60 e 70 contribuía para que houvesse uma...

“...elite, relativamente numerosa, desejosa de ler [, para quem] os livros faziam parte de um estatuto político, intelectual, social, que se perdeu.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Antes do 25 de Abril de 1974, a edição no pólo da “vanguarda” carregava um risco de conflito com o poder político e censório, que podia comprometer a existência de pequenas editoras meramente através da apreensão de livros.

“[É] a diferença entre teres uma ditadura e não teres.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Nuno Medeiros ilustrou aprofundadamente estes constrangimentos no seu estudo sobre a edição portuguesa nos anos 40, 50 e 60 do século passado (Medeiros, 2010b).

Mas as transformações sociais, económicas e tecnológicas foram moldando também a paisagem dos anos seguintes, tornando o período de formação da Mariposa Azul (1998) um território já distante face aos dias de hoje, na opinião de Helena Vieira:

“Helena Vieira – Só para fazer um bocadinho de contexto... Em 1998 havia um cenário muito diferente do atual, com muito menos editoras, muitas editoras médias (...) E nenhuma editora grande. (...)

Entrevistador – Isso foi muito antes do processo de concentração editorial.

Helena Vieira – Muito antes. Havia uma grande editora escolar, que era a Porto Editora, mas, em relação a ficção, nós tínhamos várias editoras médias. Várias e bastante boas. A Caminho, a Relógio d'Água, a Estampa, era uma ótima editora, a Presença, a Cotovia, a D. Quixote, a Quetzal... Pá, eu vou-me esquecer de várias... E depois havia as chamadas pequenas editoras, as editoras mais marginais, a Antígona...

Entrevistador – A Frenesi, a Fenda...

Helena Vieira – Sim. Editoras mais marginais, que faziam livros menos comerciais. O que essas editoras fizeram muito foi publicar em Portugal um catálogo que não existia de uma certa literatura marginal

francesa, americana, inglesa, alemã...

Entrevistador – De editoras mais politizadas, eventualmente.

Helena Vieira – Sim, mais politizadas e que tinham esses catálogos. (...) O cenário não era só diferente em relação às editoras, também era diferente em relação às livrarias.

Entrevistador – Havia muitas mais.

Helena Vieira – Os livros ainda não tinham migrado para os centros comerciais, as nossas cidades ainda não estavam cheias de centros comerciais. Não tinham Continentes, não é?

Entrevistador – E ainda havia várias livrarias de província.

Helena Vieira – Todas as cidades de província tinham duas ou três livrarias de qualidade e de referência.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Aos fatores enumerados somam-se a veloz expansão da Internet e a utilização alargada das suas potencialidades, sobretudo no que concerne às facilidades na disseminação – incluindo a venda direta – e no estabelecimento de redes de sociabilidade¹³¹. Mas não de somenos relevância é o desaparecimento ou desfiguração de editoras específicas, muito em particular das que mais influenciaram a Mariposa Azul: de um lado está a &etc, que fechou com a morte de Vitor Silva Tavares a 21 de setembro de 2015¹³², e do outro a Assírio & Alvim, cujas consequências da integração na Porto Editora constituem, para os entrevistados, quase um desaparecimento:

“Miguel Cardoso – (...) E a Assírio & Alvim era de facto uma grande referência para mim. Eu acompanhava a Revista Phala, que comprava normalmente lá, no [Cinema] King, ou então ia à [livraria da] Passos Manuel, às vezes, às feiras de livros manuseados. A Assírio & Alvim era uma daquelas editoras que eu comprava com muita regularidade.

Entrevistador – Porque havia uma garantia, uma legitimação...

Miguel Cardoso – Sim. Se há uma transformação no campo editorial português é o desaparecimento de uma editora como a Assírio & Alvim, uma editora de média dimensão... O desaparecimento do Hermínio Monteiro, a morte do Hermínio, o desaparecimento da Assírio & Alvim como editora de referência, pelo menos em parte, sobretudo como editora que ocupava o campo literário e que o mapeava de uma maneira que deixou de fazer. (...)”

(Miguel Cardoso, entrevista nº1)

Um ponto de grande relevância é o facto de, para Helena Vieira, que secunda a posição de Miguel Cardoso reproduzida acima, as pequenas editoras de hoje desempenharem uma missão de substituição, ou um papel de herdeiros, relativamente às editoras que marcaram a edição de poesia portuguesa nas últimas décadas, com destaque para as duas editoras de poesia mais antigas em atividade, a Averno e a própria Mariposa Azul:

“Em muito pouco tempo perdemos a Assírio [2012, venda à Porto Editora] e a &etc. Portanto ainda bem que temos todas estas pequenas editoras, todos os dias eu descubro uma... Que algumas continuam...”

¹³¹ Miguel Cardoso resume estes pontos numa passagem já atrás citada: “E depois há a história do Facebook, não é? Há o Facebook enquanto plataforma que permitiu a um conjunto de pessoas terem um contacto mais fácil. E sobretudo facilitar a divulgação destes eventos que passaram a ser centrais para a vida das editoras, para a vida da poesia para lá da página, e mesmo para as pessoas se conhecerem e acabarem por se descobrirem umas às outras” (Miguel Cardoso, entrevista nº1).

¹³² Notícia da morte de Vitor Silva Tavares no jornal Público de 21 de setembro de 2015: <http://www.publico.pt/culturaipilon/noticia/morreu-vitor-silva-tavares-editor-da-etc1708485> Consulta em: 21 de setembro de 2015.

Sei lá, nós, a Averno, já temos uns anos. Há aqui alguma solidez... E que de alguma forma correspondemos, substituímos.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Conforme temos retratado, a ascendência é traçada pelos próprios editores sem reservas. Mas, regressando à Assírio & Alvim, repare-se como a assimilação de uma editora vista como *independente* é, nestes territórios do campo literário, motivo de esvaziamento do capital simbólico, de tal modo que, embora a editora mantenha a atividade, se fala de um “desaparecimento”. Este é apenas um entre vários exemplos de posicionamentos que revelam a inscrição destes agentes no pólo da produção pura, o que subentende, no mínimo, pouca simpatia para com conglomerados editoriais – o que produzem, o modo com o produzem e o modo como disseminam e comercializam:

“Depois temos um outro lado, no que toca à poesia, é uma espécie de guerrilha muito interessante, e eu vejo isto como uma reação consciente, e às vezes inconsciente, a um deserto de ideias que está do outro lado. É muito interessante esta guerrilha que se forma, pequenas guerrilhas. Não sei qual vai ser o resultado disso daqui a uns anos, mas como combate... ao dinheiro e ao comércio... (...) E eu creio que faço parte desse combate, mesmo na recusa. Mesmo não entrando num grupo de combate.”

(Miguel Manso, entrevista nº3)

“Sinto de facto algum desconforto em pensar numa política de divulgação que está normalmente associada às grandes editoras, que passam pelos grandes eventos literários, pela Feira do Livro, por essas coisas...”

(Miguel Cardoso, entrevista nº1)

“Eu até deixei de ir à Feira do Livro. É uma coisa até aberrante, aquelas carpetes... Aquela publicidade, a cara do autor... A coisa esteticamente também me agride... A burrice de um livro agride, é notória. Não é preciso abrir. Não há nenhuma ideia do que é um livro.”

(Miguel Manso, entrevista nº3)

Para os agentes entrevistados, é também claro o papel de inovação reservado às pequenas editoras de poesia:

“(...) quem edita livros novos somos nós, os pequenos.”

“[Os pequenos editores são] uma espécie de sinalizadores, nós vamos à frente, sinalizamos o campo.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

É evidente, neste ponto, a consonância entre as posições dos agentes e as asserções repetidas vezes encontradas na literatura (Benhamou, 2008; Bourdieu, 1999; Bouvaist, 1989; Conde, 1990; Legendre e Abensour, 2007a, 2007b; Martins, 2005; Medeiros, 2009a; Neves *et al.* 2012a; Rouet, 1992; Sapiro, 2003; Schiffrin, 2013; Wacquant, 2005). Junte-se, ainda, a separação de águas feita por Helena Vieira entre, por um lado, a Mariposa Azul e, por outro, as grandes editoras e algumas das editoras médias, ao nível do projeto editorial: a Mariposa Azul é declaradamente uma “editora de livros” e não uma “editora de autores”. Isto é: os fatores que – discursivamente – presidem à publicação de uma obra estão acoplados à qualidade, relevância e grau de novidade do texto em

questão, não ao peso das obras anteriores do autor e muito menos ao capital simbólico amealhado. Os autores Miguel Cardoso e Miguel Manso são também contundentes na defesa deste primado do texto; Nuno Moura, referindo-se sobretudo à sua experiência atual como editor, afirma que, num caso de recusa de publicação de um texto...

“o pior que pode acontecer é chateares-te com um amigo”

(Nuno Moura, entrevista nº4)

...sublinhando assim a sua irredutibilidade (repetimos: discursivamente) neste aspeto.

Em suma, é detetável no discurso dos editores (atuais e antigo) e também dos autores o traçar de uma clara linha divisória entre a Mariposa Azul e certas outras editoras literárias, muito em particular as de maior dimensão e/ou integradas em conglomerados, ou, dito de outro modo, uma linha divisória entre o modo de editar da Mariposa Azul e uma *ideia* de modos de editar diversos do seu. Essa divisão sustenta-se em todos os principais aspetos da edição, sejam o modo de organização, o projeto editorial ou o modo de comercialização, mas é mais profunda precisamente no domínio mais irremediavelmente subjetivo – o estético. Esta posição coabita, não surpreendentemente, com uma admiração unânime por pequenas editoras que antecederam a Mariposa Azul e que são vistas como sua legítima ascendência.

Posto isto, importa realçar que, apesar de tudo, os agentes entrevistados não devem ser adscritos ao referido “discours critique radicalisé” (Legendre e Abensour, 2007a: 15) face às grandes editoras ou a certas editoras de média dimensão. Bastaria, para isso, comparar os exemplos discursivos recolhidos com posicionamentos de Vitor Silva Tavares¹³³, de Paulo da Costa Domingos¹³⁴ ou dos editores da Averno¹³⁵, agentes que juntam à sua aversão pelos conglomerados editoriais uma declarada oposição à organização socioeconómica capitalista, de que os grandes grupos editoriais são – consideram – uma derivação natural, seguindo assim de perto os preceitos de

¹³³ Virtualmente todas as intervenções – escritas ou orais – de Vitor Silva Tavares feitas ao longo dos anos contêm exemplos de um “discours critique radicalisé” contra os grandes grupos editoriais ou contra outros agentes ou tendências do subcampo da edição de poesia. A termos de avançar três exemplos, escolheríamos a entrevista concedida em 2007 a Alexandra Lucas Coelho (AAVV, 2013: 104-137), uma passagem de uma entrevista dada em 2010 ao jornal Expresso – “há livros e há mercadoria. A diferença entre eles é a diferença entre poesia e capitalismo” (op. cit. Cameira, 2013: 85) e a entrevista em vídeo feita em 2015 a propósito do programa *web* Arquipélago, aliás uma das suas últimas intervenções em vida, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UcZTA490BKY> Consulta em: 9 de setembro de 2015.

¹³⁴ Paulo da Costa Domingos, poeta, editor e alfarrabista, foi colaborador próximo de Vitor Silva Tavares desde os primeiros tempos da &etc, tendo em 1978 fundado a sua própria editora, de nome Frenesi. Um exemplo do seu discurso corrosivo para com os conglomerados editoriais e livreiros, que coroa uma oposição geral ao capitalismo e um posicionamento ideológico próximo dos ideais libertários, pode ser encontrado na sua contribuição para o livro de celebração dos 40 anos da &etc, editado em 2013 pela Letra Livre (Domingos, 2013: 15-20). Note-se, ainda, que logo no subtítulo do seu texto Domingos coloca a &etc no pólo da vanguarda literária.

¹³⁵ Dois ensaios de Manuel de Freitas em torno da antologia *Poetas sem qualidades* – um, o próprio prefácio do livro (2002), outro, uma resposta de 2010 aos críticos do prefácio – são bons exemplos das tendências discursivas dos editores (Freitas, 2010: 151-166).

Adorno e Horkheimer no seu *Kulturindustrie* (Adorno e Horkheimer, 1993). A aversão às grandes editoras, por um lado, e, por outro, a autoexaltação (própria ou do subcampo como um todo), são relativamente esbatidas na Mariposa Azul. Esta ideia pode ser sustentada através de dois exemplos:

1) Secundando hipóteses levantadas na literatura (nomeadamente Medeiros, 2012a, e Bourdieu, 1999), pelo menos Miguel Cardoso considera que as editoras médias têm sido mais afetadas pelos processos de integração editorial e livreira do que as pequenas, beneficiárias da quase inexistência de custos fixos e da, em regra, baixa competição direta com as maiores editoras devido ao fator inovação. As óbvias dificuldades por que passam as pequenas editoras (e os seus editores) não foram, por nenhum dos agentes entrevistados, imputadas diretamente ao surgimento dos conglomerados nos últimos anos;

2) Apesar de ser incontestável a sua preferência pelas obras publicadas pelas pequenas editoras de poesia, os editores atuais da Mariposa Azul demonstraram um posicionamento misto quanto às consequências, a nível de qualidade editorial, do *modo de fazer* das pequenas editoras da atualidade:

“Agora, andarmos só a fazer esta coisa caseira... Por um lado é muito interessante porque muita gente teve acesso, pôde fazer livros que não poderia fazer de outra forma... Mas também se torna muito claustrofóbico. Às tantas andamos todos a fazer o mesmo, a publicar os mesmos autores, e isso é muito pequenino. Também não nos interessa.”¹³⁶

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Portanto, qualquer um dos agentes entrevistados, particularmente Helena Vieira, demonstrou não se situar em posições *puras* de glorificação ou exaltação das pequenas editoras.

No tocante a posicionamentos especificamente sobre o estado atual do campo literário e do campo da edição portuguesas, recolhemos opiniões em quatro tópicos principais: a tradução, o estatuto da poesia e do ensaio, a crítica e as políticas públicas.

Poder-se-ia esperar, tendo em conta os posicionamentos *tradicionais* do pólo da produção pura e os discursos de crise em ampla circulação na atualidade, que os editores da Mariposa Azul secundassem a ideia da desqualificação dos géneros poesia e ensaio na cultura contemporânea (Bourdieu, 1999), não apenas ao nível do consumo mas a um nível mais fundamental – um eventual esvaziamento do capital simbólico de outrora. Não é o caso, e valerá a pena transcrever a posição de Helena Vieira sobre o assunto:

“Eu não sei se há uma desvalorização. Em certo sentido até há uma revalorização. Mudámos foi de mundo. É fácil ter uma editora durante dois ou três anos. Há a autoedição... É muito fácil publicar na net, ter um blogue, publicar numa revista online. Não sei se há uma desvalorização da poesia, há uma reconfiguração. Eu sei do que é que o Bourdieu está a falar e ele tem toda a razão, mas é uma coisa mais geral. É a desvalorização do poeta, do intelectual, do escritor, e a hipervalorização de outras figuras: os

¹³⁶ O comentário aqui reproduzido adquire uma nova linha de significação se tivermos em conta os planos de futuro da editora, explanados no subcapítulo seguinte.

atletas, as celebridades... Isto é sobretudo um trabalho dos media, são os media que mudam isto. O que há é uma desmassificação [sic]. A poesia não é um fenómeno de massas, aliás, nem sei muito bem o que é isso de livros de poesia... Têm versos mas contam histórias. E os géneros também contribuem para criar clichés, clivagens... Mas acho que há uma revalorização porque há muitas gerações mais novas a ler, a escrever...

O ensaio... Portugal nunca foi um país onde se valorizasse. (...) Um sítio onde poderia penetrar é a universidade. Mas os estudantes universitários já não compram livros. Por várias razões, porque há fotocópias..."

(Helena Vieira, entrevista nº5)

O catálogo da Mariposa Azul não inclui nenhuma obra traduzida, à semelhança de várias outras pequenas editoras atuais. Esta não é uma consequência de opções editoriais exclusivistas mas antes, segundo Helena Vieira, um efeito (nocivo) da escassez de meios nas pequenas editoras, por um lado, e do desinteresse das maiores editoras, por outro. São sobretudo algumas das editoras de média dimensão sobreviventes que vão, "ainda", fazendo traduções de poesia de autores de relevo, sobretudo de consagrados dos séculos anteriores ao atual. Já a tradução de autores coevos é praticamente inexistente, de tal modo que, para Helena Vieira, é hoje difícil ter uma ideia sólida, em Portugal, do que se passa na poesia na Europa (entrevista nº2). Já Miguel Cardoso vai mais longe e argumenta que o subcampo português da poesia é esteticamente fechado devido às limitações das traduções (entrevista nº1).

Este é, naturalmente, também um problema económico, devido aos custos associados à remuneração de um tradutor, sobretudo se especializado em poesia (i.e., em princípio, ele mesmo poeta). Helena Vieira procurou demonstrar como, com as atuais tiragens médias das pequenas editoras, é impossível pagar um valor "justo" a um tradutor e não ter prejuízo garantido ainda antes de o livro ser sequer posto no mercado.

As políticas públicas direcionadas para o setor do livro poderiam ser uma possível solução ou atenuante para este problema que afeta a produção poética portuguesa na sua totalidade; porém, para Helena Vieira, estas são inexistentes¹³⁷. Em rigor, existem de facto vários tipos de políticas públicas de apoio ao setor do livro em vigor (e em funcionamento), como a Taxa Reduzida de IVA (6%) para livros em papel¹³⁸ ou a Lei do Preço Fixo do Livro¹³⁹. Porém, para Helena Vieira, as políticas públicas, sobretudo nos anos mais recentes, são muito insuficientes em número e em abrangência, ao que acresce a aplicação "errada" de alguns dos apoios em funcionamento. Vejamos quais são as

¹³⁷ "Mas agora também é muito importante dizer-se que... essa coisa tão evidente e escandalosa que é: a área livro é a única área que não tem apoios nenhuns em Portugal. nenhuns." (Helena Vieira, entrevista nº2)

¹³⁸ Lista de bens e serviços sujeitos à Taxa Reduzida: http://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/informacao_fiscal/codigos_tributarios/civa_rep/c_iva_listas.htm
Consulta em: 4 de fevereiro de 2016.

¹³⁹ Adotada em 1996 (ver Neves *et al.*, 2014) e alterada pela última vez em outubro de 2015. Ver o Decreto-Lei nº 196/2015, disponível em: http://www.apel.pt/gest_cnt_upload/editor/File/DL196-2015-16.09.2015.pdf
Consulta em: 4 de fevereiro de 2016.

queixas e reivindicações, que em alguns casos sublinham algumas diferenças contextuais entre o período em que a Mariposa Azul iniciou atividade e o período atual:

- 1) As pequenas editoras deixaram de ver as suas edições apoiadas pelo antigo Instituto Português do Livro e das Bibliotecas (hoje Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas¹⁴⁰), que adquiria regularmente um relativamente elevado número de exemplares (a partir de 200) para distribuição pelas bibliotecas nacionais. Segundo Helena Vieira, este apoio ajudava a editora a atingir o *break even* e, assim, diminuir enormemente o risco de cada edição. O apoio terá terminado cerca de 2004, pelo que também aqui podemos estabelecer outra diferença (contextual) entre a Mariposa Azul da primeira fase e a da fase atual. Note-se que quase metade dos livros editados pela editora nesta segunda fase não superam sequer os 200 exemplares de tiragem.
- 2) Helena Vieira defendeu a aplicação de uma taxa de IVA progressiva que defendesse as editoras com tiragens mais reduzidas:

“Helena Vieira – Porque os critérios para uma pequena editora são iguaizinhos aos de uma grande editora... Quer dizer, eu acho muito bem que alguns livros paguem 6% de IVA, mas acho que um livro que tem 100.000 exemplares de tiragem não tem por que pagar 6% de IVA... Não é? Se calhar um livro até 100 exemplares podia estar isento de IVA, podia estar isento de IRC.

Entrevistador – Seria um imposto progressivo.

Helena Vieira – Mas acho que um livro que vende 150.000 exemplares, tipo as “Sombras de Grey”, podia perfeitamente pagar 23% de IVA! Não percebo por que não. Não é? (...) Ou seja, em vez de termos esta política absolutamente indiferenciada de que um livro é qualquer coisa que está entre duas capas duras, se calhar temos que pensar as coisas de outra maneira e ver o que significa o esforço de fazer 100 livros, e o peso que o Estado tem sobre isso, e o que significa fazer um livro de 150.000 exemplares”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Subjacente a esta ideia, para além do argumento principal baseado nas economias de escala, está uma defesa do reconhecimento *formal*, por parte do próprio Estado, de que *certos* livros, sob *certas* condições, devem ser equiparados a qualquer outro bem económico – ideia que acaba por ter algumas ressonâncias da *Kulturindustrie* de Adorno e Horkheimer.

- 3) A abolição da gratuitidade do código ISBN – que era também uma política pública de apoio ao setor do livro – a partir do início de 2015 foi também criticada por Helena Vieira e Leonel Guerreiro. O anúncio da APEL dando conta deste facto gerou, aliás, uma forte reação no subcampo da pequena edição, tendo um grupo de 25 pequenos editores, representados por

¹⁴⁰ Para um historial desta instituição, ver: <http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/dglb/Paginas/dglb.aspx>
Consulta em: 5 de fevereiro de 2016

Rosa Azevedo, apresentado no dia 10 de setembro de 2015 uma reivindicação formal junto da Assembleia da República¹⁴¹.

- 4) Também a descontinuação da atribuição de bolsas de criação literária por parte do Ministério da Cultura, que de resto deixou de existir na legislatura do XIX Governo Constitucional, foi alvo de críticas. Recordemo-nos que foi a atribuição de uma bolsa de criação literária a Nuno Moura, em 1997, que esteve na origem da criação da Mariposa Azual¹⁴².

A opinião geralmente negativa sobre as políticas públicas de apoio ao livro na atualidade não é, de todo, exclusiva da Mariposa Azual ou mesmo dos pequenos editores, como comprovam alguns dos posicionamentos recolhidos no Inquérito ao Sector do Livro (Neves *et al.*, 2012a: 267-270).

Por fim, recolhemos o posicionamento dos editores acerca de dois aspetos distintos relativos à crítica literária: o seu estado e estatuto atuais, também por comparação com tempos mais recuados, e a receção crítica dos livros publicados pela Mariposa Azual. Se sobre o último ponto os editores demonstraram satisfação, uma vez que...

“todos os livros da Mariposa Azual foram até agora recenseados pelo menos num jornal grande: no Expresso, no Público (...)”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

...tal não aconteceu, de todo, no tocante ao estado atual da crítica literária. As diferenças apontadas face aos primeiros tempos da Mariposa Azual são notáveis:

“[O jornal Público] Chegava a ter 6 páginas de cultura por dia, quase todos os dias havia um livro recenseado, tinha um cronista diário que era o Eduardo Prado Coelho... Quer dizer, não tinha nada a ver, o panorama da cobertura cultural e da cobertura literária é outra coisa. Em quantidade, diversidade, número de páginas, número de suplementos, número de pessoas a escreverem nos jornais, qualidade e proveniência das pessoas que escreviam nos jornais... A nossa crítica literária até há poucos anos foi uma espécie de extensão da crítica académica, porque eram sobretudo professores universitários que escreviam. E isso já não acontece, esse vínculo à universidade desapareceu. Os críticos são jornalistas, curiosos... Restam-nos pouquíssimos críticos. E a crítica está num estado deplorável, não só em Portugal, no mundo inteiro. A crítica já não tem importância, já não é relevante. Antigamente, quando saía uma crítica a um livro recebíamos não sei quantos pedidos das livrarias, da Fnac, das pessoas... hoje em dia pode sair uma crítica que não acontece nada!”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Apesar do posicionamento claramente negativo sobre o estado da crítica, Helena Vieira reconhece que o peso dos livros de poesia nas páginas de crítica (ou recensão) dos jornais supera largamente o seu peso comercial no mercado.

¹⁴¹ Ver: <https://www.publico.pt/culturaipilon/noticia/pequenos-editores-reclamam-fim-do-registo-de-livros-pago-e-entregam-protesto-na-ar1707438> Consulta em: 10 de setembro de 2015. A Mariposa Azual não esteve incluída neste protesto. Rosa Azevedo foi entrevistada nas entrevistas exploratórias realizadas no âmbito deste trabalho.

¹⁴² Ver o subcapítulo “IV.1. Breve história da Mariposa Azual”.

Sumarizando, poderemos afirmar que existe um elevado grau de proximidade nos posicionamentos dos editores, do ex-editor e dos autores da Mariposa Azul, facto que poderá sugerir uma certa homogeneidade nos posicionamentos do subcampo. Apesar da multiplicidade de motivos para lamentação, os agentes entrevistados têm uma opinião geral positiva sobre o estado da edição de poesia: para Miguel Cardoso, a fragmentação em pequenos grupos é produtiva porque pressupõe um elemento conflitual que é “produtivo”, e Nuno Moura, adotando um critério quantitativo, considera que o estado atual da edição de poesia em Portugal é “o melhor” por existirem mais editoras do que nunca.

IV.6. Perspetivas de futuro

“Porque esta história de se fazer 100 livros... isto não serve para nada, não serve a ninguém... São pequenas relíquias...”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

A realização deste estudo coincidiu, de modo acidental, com um período de transição na Mariposa Azul. Os editores forneceram em entrevista uma grande quantidade e diversidade de ideias de mudança para o curto e o médio prazo – em boa medida tentativas de reação às dificuldades que temos mapeado –, integráveis num plano geral com um relativamente elevado grau de coerência.

Um dos dois objetivos centrais do plano, a partir dos quais irradiam e se explicam as restantes mudanças, parte do eterno problema das economias de escala. Como vimos no subcapítulo dedicado aos modos de organização, a impressão de edições de 100 ou 200 exemplares, que tem sido a prática comum nesta segunda fase de vida da editora, acarreta custos severamente superiores aos de impressões com tiragens mais altas, mesmo se apenas de 500 ou 1000 exemplares. Deste modo, não só o preço final dos livros se torna necessariamente mais elevado, o que tende a diminuir a procura, como a janela de lucro se estreita. Acrescente-se ainda os 10% da tiragem que a Mariposa Azul entrega em substituição de uma retribuição pecuniária por direitos de autor e o desconto de 40% sobre o preço de capa que é praticado com as livrarias (que representam um pouco menos de metade das vendas totais da editora). Vejamos, em discurso direto, Helena Vieira a exemplificar este problema:

“(...) Lá está, estamos sempre a falar de escala: quando tu fazes 100 livros, não precisas de uma distribuidora, já perdeste tudo. Repara, vou dar-te um exemplo muito concreto: se tu fazes 100 livros, o custo por exemplar anda à volta dos 3 euros, 3 euros e 50. Se tu fazes 1000, o custo por exemplar é 1 euro e 20... É um terço. Podes vender mais barato, podes chegar a mais sítios porque tens mercadoria para entregar... Apesar de venderes mais barato podes ganhar mais dinheiro porque o teu investimento inicial é menor. Portanto, é fundamental chegarmos a escalas razoáveis, e uma escala razoável é tirar 1000 exemplares.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Já o segundo objetivo prende-se com o próprio sustento dos editores:

“Eu acho que nós estaremos bem, saudáveis, financeiramente, com dinheiro para pagar dois salários mínimos, ao Leonel a parte da paginação e depois eu, quando fizermos 1000 livros [por edição] e os vendermos nesse ano.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

A importância deste objetivo não pode ser menosprezada: a Mariposa Azual pretende, pela primeira vez, ser sustento de vida para os seus editores, mesmo se a expensas de uma grande frugalidade na vida pessoal. Surgem, no imediato, duas questões a partir deste ponto: por que acham os editores possível vender-se num ano 1000 exemplares de uma mesma obra, tendo em conta os seus posicionamentos sobre os hábitos de leitura atuais dos públicos portugueses, e como planeiam disseminar e distribuir este (muito) superior número de exemplares. As explicações fornecidas tocam em todos os aspetos da vida da editora e dão a ver o grau de intensidade de mudança que este plano acarreta.

Na verdade, a intensificação das vendas passará pela progressiva diminuição do peso das livrarias. O que há não muitos anos pareceria um paradoxo insolúvel é hoje, com o uso da Internet plenamente massificado, uma possibilidade, materializada na criação de uma “comunidade de leitores” *online*:

“(…) Mas o que estamos a pensar fazer, e acho que vamos conseguir fazer até ao final do ano, é criar uma comunidade de leitores, e as pessoas que aderirem a essa comunidade têm desconto igual ao dos livreiros. Portanto essas pessoas têm desconto permanente de 40%. Pagam uma joia inicial, por exemplo, imagina, 10 euros, e isso dá-lhes o direito de comprarem não só os livros publicados nesse ano mas todos os livros do catálogo.”

(Helena Vieira, entrevista n°2)

Trata-se de uma intensificação consciente da progressiva eliminação dos intermediários que se tem verificado na Mariposa Azual e um pouco por todo o subcampo da edição de poesia, a reboque do potencial de disseminação e venda trazido pela Internet e pelas leituras públicas – se em 2000 a Mariposa Azual chegou até a ter uma distribuidora, hoje escoia mais de metade da sua produção em venda direta, pretendendo no futuro eliminar ao máximo o recurso a livrarias¹⁴³, num processo de *desfiscalização*. Às livrarias que continuarem a desejar vender livros da Mariposa Azual será, ainda, colocada a condição da venda a firme¹⁴⁴, mudando-se assim também a prática comercial habitual da editora, numa tentativa de contrariar o que os editores veem como uma displicência na venda dos seus livros.

¹⁴³ “Os nossos livros estão cada vez em menos sítios e vão estar cada vez em menos sítios” (Helena Vieira, entrevista n°2).

¹⁴⁴ Helena Vieira fez notar, porém, que à cadeia Fnac esta condição não será imposta, uma vez que a empresa não aceita outro modo de relação comercial com as editoras que não seja a entrega à consignação. A Fnac é, afinal de contas, como vimos no capítulo dedicado aos modos de comercialização, o principal veículo de vendas da Mariposa Azual, só superado pelo conjunto total das vendas diretas (venda *online* mais venda *person-to-person*); ademais, os editores afirmaram claramente não terem razões de queixas da cadeia francesa. Trata-se, portanto, de um desejo de afastamento das livrarias *independentes*.

Os editores especificaram até o número de obras que pretendem editar por ano: seis. Para conseguirem escoar estes seis mil exemplares em cada ano, Helena Vieira e Leonel Guerreiro planeiam não só dinamizar a presença *online* da editora, com foco na futura comunidade de leitores, como até criar novos veículos de promoção das suas atividades, nomeadamente uma possível revista dedicada à crítica literária e à autopromoção.

Há ainda duas novas modalidades de apresentação e venda de livros em cogitação: os livros esgotados cuja reedição não seja oportuna ou tenha baixo potencial de sucesso poderão vir a ser disponibilizados em formato *ebook*, a preços relativamente reduzidos, ou vendidos através do sistema *print-on-demand*. Trata-se de uma estratégia de diminuição de risco e também um outro capítulo do plano de afastamento dos intermediários.

Para além do modo de organização e do modo de comercialização, também o próprio projeto editorial será metamorfoseado em quatro aspetos principais: os géneros editados, a publicação de traduções, a procura de patrocínios e a (maior) aproximação à literatura brasileira.

Com a publicação de *Um teste de resistores*, de Marília Garcia (2015) a Mariposa Azul pretendia já dar início à aproximação a autores brasileiros, país que, para Helena Vieira, tem inúmeros exemplos de autores de *vanguarda* (no sentido bourdiano, oposto à *vanguarda consagrada*) que faltam ao relativamente fechado panorama português. O grande motivo deste fechamento é, para Helena Vieira, a rarefacção das traduções de poesia no mercado português, muito em particular da poesia contemporânea; a editora pretende combater esta condição editando no futuro poesia traduzida, afastando-se assim da sua tendência de edição quase exclusiva de autores portugueses contemporâneos.

A procura de patrocínios parte da observação de exemplos no exterior do país, particularmente em França e nos Estados Unidos da América, e diz sobretudo respeito à (sempre onerosa) tradução. Em colisão com os princípios mais ortodoxos do *pólo da produção pura*, Helena Vieira e Leonel Guerreiro admitem vir a constituir parcerias até com empresas de grande peso na economia portuguesa, desde que a independência editorial não seja, de nenhum modo, beliscada. Há planos, genéricos, de procura de patrocínios ou apoios também por parte de instituições privadas com fito de apoio à cultura, nacionais ou estrangeiras, como serão os casos da Fundação Calouste Gulbenkian ou do Goethe Institut. É bastante claro que esta solução consiste, também, numa tentativa de contornar a fraqueza e ineficácia das políticas públicas em Portugal, parca que é a esperança dos editores num seu melhoramento.

Por fim, e este será porventura o ponto de viragem mais relevante no âmbito deste trabalho, a Mariposa Azul pretende também aventurar-se em dois *novos* géneros editoriais, a ficção em prosa e os livros de arte:

“(...) Pensar, não, vamos mesmo fazer: vamos ter em breve um livro de contos, vamos ter um romance ainda este ano, teremos para o ano um livro de um pintor, portanto vamos começar também a fazer livros de artes: pintura, fotografia...”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

A inflexão não significa apenas a incursão num género muito menos marginalizado como é a ficção, mas também a aproximação a subcampos artísticos não enquadrados no campo literário – e consequente necessidade de adaptação a novas *regras*. Para os editores, esta transformação não viola os grandes princípios da editora – em especial os editoriais – nem, por arrasto, a sua identidade nuclear. Afinal de contas, como vimos, a Mariposa Azual não se considera uma editora *especializada* em poesia, preferindo definir-se mais pelos seus critérios de edição do que pelo (evidente) peso de obras de poesia no seu catálogo, cujo peso maioritário é, disse-o Helena Vieira, fruto de circunstâncias, gostos pessoais, e não tanto de uma orientação dogmática para este género. No fim, são os critérios estéticos e éticos dos editores que contam, e esses transcendem os géneros: 1) livros com uma linguagem nova; 2) livros com um universo particular; 3) novos autores:

“(...) Sempre com a mesma ideia: são linguagens novas, que acrescentam alguma coisa, que revelam um universo criador, e sobretudo livros que resistem a todo o processo, que é: a gente não se cansa deles. Faz, pagina, lê, relê... E não nos cansamos deles, portanto acreditamos que as pessoas também não se vão cansar.”

(Helena Vieira, entrevista nº2)

Em suma: de entre as três modalidades relativas às perspetivas de desenvolvimento futuro enumeradas por Legendre e Abensour, a Mariposa Azual planeia seguir uma de *crescimento* com tónica *predominantemente editorial* (Legendre e Abensour, 2007a), ainda que a incursão na ficção em prosa possa significar – eventualmente – uma intenção de crescimento comercial, dado o seu muito superior peso no mercado face à poesia.

CONCLUSÃO

Neste estudo procurámos descrever, analisar e compreender os principais aspetos da atividade editorial da Mariposa Azul desde a sua fundação, em 1998, com foco particular na atualidade, de modo a oferecermos contributos teóricos e empíricos para um futuro campo de estudos sobre a *pequena edição de poesia* em Portugal.

Seguimos um modelo de inquirição – e de organização de conteúdo – parcialmente baseado num estudo de Legendre e Abensour (2007a) sobre pequenos editores franceses, ao qual acrescentámos o tema dos posicionamentos e tomadas de posição por sabermos, a partir de Pierre Bourdieu, ser necessário – para o entendimento de opções propriamente *económicas* e *comerciais* das pequenas editoras – um conhecimento dos pressupostos éticos que guiam o pensamento e a ação dos editores, postos em relação com as regras do *campo* ou *subcampo* em que se inserem. De facto, uma grande proporção dos dados que recolhemos – essencialmente através de entrevistas semiestruturadas, método de recolha de dados largamente maioritário neste trabalho – dificilmente teria sido compreendida sem esse tipo de enquadramento, teoricamente informado por autores da área da Sociologia da Cultura. De natureza eminentemente teórica, é esta a nossa primeira conclusão: um estudo sobre estes *territórios* da edição portuguesa necessita de uma abordagem que junte as duas disciplinas Economia da Cultura e Sociologia da Cultura e que preste especial atenção aos aspetos discursivos.

Para além dos materiais teóricos e empíricos que nos serviram de apoio, fizemos uso de um weberiano *tipo ideal*¹⁴⁵, por nós criado, para resgatarmos a noção *pequena editora de poesia* da desordenada circulação *emic* para uma estruturação mínima, com utilidade operativa. Por termos partido apenas das propriedades do *caso* Mariposa Azul para a criação do *tipo ideal*, e por esta dissertação não contemplar a comparação com outras editoras contemporâneas, não podemos deixar de assinalar as suas limitações, ou o seu carácter provisório e a necessidade de sujeição a teste. Foi seu propósito servir este trabalho e, desejavelmente, servir para que futuros estudiosos o usem como base para pensarem os fenómenos que estão em causa neste subcampo. Um outro contributo que serviu este trabalho e que poderá servir de base a outros estudos é o modelo de análise, resumido nos tópicos de observação. Concluímos que a Mariposa Azul se insere no *tipo* do seguinte modo:

- 1) Cumpre o pressuposto de ser uma casa editorial com nome próprio;
- 2) Não está formalmente integrada num grupo económico, ou seja, apresenta *independência filial* total;
- 3) Exibe razoável *indiferenciação funcional* na medida em que não há tarefas formalmente atribuídas a nenhum dos dois editores e, sobretudo, porque todas as decisões finais são

¹⁴⁵ Ver as páginas 36-41 (“Capítulo III – Caracterização”).

tomadas por ambos; porém, no dia-a-dia, cada editor executa um conjunto de *tarefas habituais* que decorre das suas valências;

- 4) Não apresenta custos fixos formalmente adscritos à actividade da editora: a sede formal e de trabalho é a própria residência dos editores e não existem custos fixos, previsíveis, com trabalho assalariado, uma vez que a maior parte das tarefas são asseguradas pelos próprios editores, um dos quais assegura uma fonte de rendimento que apoia a actividade da editora;
- 5) O catálogo é maioritariamente composto por livros de poesia, mais precisamente na ordem dos 77%.

A editora insere-se neste *tipo ideal* desde a sua fundação, em 1998, com um reduzido grau de variabilidade: 1) a partir de 2008, a segunda fase de vida da editora, o catálogo deixou de apresentar exclusivamente obras de poesia e passou a abarcar também o género ensaio; 2) entre 2008 e 2013, houve apenas um editor (Helena Vieira) a gerir toda a atividade da editora, isto é, a indiferenciação funcional foi máxima. Porém, e incidentalmente, a realização deste estudo coincidiu com uma clara fase de transição (planeada) na Mariposa Azul, em parte resultante da interpretação que os editores fazem das mudanças mais recentes no setor do livro e no campo literário. As transformações internas previstas – ao nível sobretudo do alargamento dos géneros editados, do aumento das tiragens, da maior aposta no *online* e na procura de rendimentos para os editores – poderão ser de tal modo acentuadas que, no futuro, a Mariposa Azul poderá deixar de poder ser considerada uma *pequena editora de poesia*. Esta coincidência permitiu-nos recolher dados com uma riqueza não esperada: vimos a Mariposa Azul do passado – e o seu contexto –, vimos a editora de hoje – e os problemas que a têm afetado –, e vimos a editora do futuro – a reagir às transformações estruturais do campo editorial e da sociedade portuguesa em geral.

Terminamos propondo alguns caminhos para futuros estudos que se debrucem sobre estes temas tão parcamente explorados. Afigura-se pertinente a realização de um estudo particularmente focado nos aspetos discursivos da pequena edição – idealmente incluindo uma perspetiva histórica –, para o qual existem variadas e ricas fontes a partir das quais se tentaria uma categorização dos tipos de discurso deste subcampo por comparação com os regimes estéticos defendidos por cada grupo. Igualmente ou mais necessária é a realização de um estudo, misto de abordagens quantitativas e qualitativas, e baseado também numa abordagem dupla de Economia da Cultura e de Sociologia da Cultura, que mapeie e descreva todo o subcampo da edição de poesia em Portugal num período de tempo relativamente alargado – que poderá ter início precisamente no momento de criação da Mariposa Azul. Um estudo desta natureza poderia aspirar a estabelecer as especificidades deste subcampo nas últimas cerca de duas décadas, bem como estabelecer a sua posição precisa no campo editorial e no campo literário portugueses.

BIBLIOGRAFIA

- AAVV (2013), *&etc uma editora no subterrâneo*, Lisboa, Letra Livre.
- AAVV (2002), *Poetas sem qualidades*, Averno, Lisboa.
- Abbing, Hans (2002), *Why are artists poor?*, Amesterdão, Amsterdam University Press.
- Adorno, Theodor e Max Horkheimer (1993), “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception”, em *Dialectic of Enlightenment*, Nova Iorque, Continuum. Obtido a 16 de abril de 2015, em: <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Adorno-Horkheimer-Culture-Industry.pdf>
- Alduán, Alfonso Sanz (1993), "El libro como industria cultural. Entre la economía y el ámbito cultural". Obtido a 23 de abril de 2015, em www.campusred.net.
- Babbie, Earl (2013), *The Practice of Social Research*, Wadsworth, International Edition.
- Bailey, Kenneth (1994), *Typologies and taxonomies: an introduction to classification techniques*, London, Sage Publications Inc..
- Baumol, William J. e William G. Bowen (1966), *Performing arts, the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance*, Ashgate, Aldershot.
- Baltzis, Alexandros (2009), “Social networks and production of culture in a global environment”, *European Society or European Societies?*, ESA 9th Conference, 2-5 setembro, Portugal, Lisboa, 10 pp.
- Becker, Howard S. (1982), *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press.
- Beja, Rui (2012), *A Edição em Portugal (1970-2010) – Percursos e Perspectivas*, Lisboa, APEL.
- Benhamou, Françoise (2003), “Concurrence pour la table du libraire”, *Esprit* [«Malaise dans l'édition»], junho, Paris.
- Benhamou, Françoise (2008), *L'Économie de la culture*, Paris, La Decouverte, 6ª edição.
- Bernstein, J.M. (1996), “Introduction”, em Adorno, Theodor W., *The Culture Industry – Selected essays on mass culture*, London, Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1989), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel.
- Bourdieu, Pierre (1991), “Le Champ Littéraire”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 89, setembro, pp. 3-46.
- Bourdieu, Pierre (1996), *As Regras da Arte – Génese e estrutura do campo literário*, Lisboa, Editorial Presença.
- Bourdieu Pierre (1999) “Une révolution conservatrice dans l'édition”, *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 126-127, março, pp. 3-28.

- Bouvaist (1989), *Du printemps des éditeurs à l'âge de raison: Les nouveaux éditeurs en France*, Paris, Documentation Française.
- Cachopo, João Pedro (2012), “Para uma genealogia filosófica da crítica”, *Imprópria*, nº 1, pp. 44-56.
- Cameira, Emanuel (2013), “A &etc e a indústria cultural”, *&etc uma editora no subterrâneo*, Lisboa, Letra Livre, pp. 85-91.
- Conde, Idalina (1990), “Intervenção de Idalina Conde”, em *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº8. Obtido a 2 de abril de 2015, em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1054/1/14.pdf>
- Creswell, John W. (1994), *Research Design Qualitative & Quantitative Approaches*, Thousand Oaks, Londres e Nova Delí, Sage.
- Derrida, Jacques (2008), *Che cos'è la poesia?*, Coimbra, Angelus Novus.
- Domingos, Paulo da Costa (2013), “Ação poética – Uma editora de vanguarda no labirinto dos seus 40 anos de idade”, em AAVV, *&etc uma editora no subterrâneo*, Lisboa, Letra Livre, pp. 15-22.
- Dubois, Sébastien (2006), “The French Poetry Economy”, em *International Journal of Arts Management*, vol. 9, nº1, pp.23-34.
- Dubois, Sébastien (2010), “Between art and money: The social space of public readings in contemporary poetry economies and careers”, em *Poetics*, nº 38, pp. 441-460.
- Dubois, Sébastien, Ailsa Craig (2011), “Joining the literary pantheon: how contemporary french poets attain renown”, em *Revue française de sociologie*, vol. 52, pp. 87-115.
- Dubois, Sébastien, Pierre François (2013), “Career paths and hierarchies in the pure pole of the literary field: The case of contemporary poetry”, em *Poetics*, nº41, pp. 501-523.
- Eiras, Pedro (2011), *Um certo pudor tardio – Ensaio sobre os “poetas sem qualidades”*, Afrontamento, Porto.
- Engels, Friedrich e Karl Marx (1974), *Manifesto do partido comunista*, Coimbra, Centelha.
- Freitas, Manuel de (2012), *Pedacinhos de ossos*, Lisboa, Averno.
- Garcia, Marília (2014), *Um teste de resistores*, Rio de Janeiro, 7letras.
- George, João Pedro (2002), *O meio literário português (1960-1998)*, Miraflores, Difel.
- George, João Pedro (2013), *O que é um escritor maldito? Estudo de sociologia da literatura*, Lisboa, Verbo.
- Gomes, Luís *et al.* (2009), *Luiz Pacheco (1925-2008) – Um homem dividido vale por dois; Contraponto – bibliografia*, Lisboa, Dom Quixote.
- Gomes, Rui Telmo (2012), *Fazer música underground – Estetização do quotidiano, circuitos juvenis e ritual*. Tese de Doutoramento em Sociologia, Lisboa, ISCTE.

- Greco, Albert N., Clara E. Rodríguez e Robert M. Wharton (2007), *The culture and commerce of book publishing in the 21st Century*, Stanford, Stanford University Press.
- Heilbrun, James (2013) “Baumol’s cost disease”, em Ruth Towse (org.), *A Handbook of cultural economics*, Cheltenham, Edward Elgar Pub, pp. 67-75.
- Hesmondhalgh, David (2007), *Cultural Industries*, Londres, Sage Publications.
- Legendre, Bertrand (2006), “Majors, indépendants et alternatifs: mutations des relations entre acteurs de la filière du livre en France”, Colloque International ‘Mutations des industries de la culture, de l’information et de la communication’, 25-27 de setembro, França, La Plaine Saint-Denis, 9 pp.
- Legendre, Bertrand e Abensour, Corinne (2007a), *Regards sur l’édition I. Les petits éditeurs. Situations et perspectives*, Paris, Ministère de la culture et la communication.
- Legendre, Bertrand e Abensour, Corinne (2007b), *Regards sur l’édition II. Les nouveaux éditeurs (1988-2005)*, Paris, Ministère de la culture et la communication.
- Lima, Ângelo de (2003), *Poesias completas*, Lisboa, Assírio&Alvim.
- Manovich, L. (2009), “The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production?”, *Critical Enquiry*, 35(2): 319-331.
- Marques, Pedro Piedade (2016), *Editor contra. Fernando Ribeiro de Mello e a Afrodite*, Lisboa, Montag.
- Martins, Jorge Manuel (1999), *Marketing do livro: materiais para uma sociologia do editor português*, Oeiras, Celta Editora.
- Martins, Jorge Manuel (2005), *Profissões do Livro. Editores e Gráficos, Críticos e Livreiros*, Lisboa, Verbo.
- Medeiros, Nuno (2009a) “Ações prescritivas e estratégicas: A edição como espaço social”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 85, pp. 131-146.
- Medeiros, Nuno (2009b), “Cavalheiros, mercadores ou centauros?”, em Diogo Ramada Curto (org.) *Comunidades de Leitura. Cinco estudos de sociologia da cultura*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 23-61.
- Medeiros, Nuno (2012a) “A edição transfigurada: para um enfoque crítico de um setor em transformação”, *Livro - Revista do Núcleo de Estudos do Livro e da Edição*, nº2, São Paulo.
- Medeiros, Nuno (2012b) “Notas sobre o mundo social do livro: a construção do editor e da edição”, *Revista Angolana de Sociologia*, nº 9, pp. 33-48.
- Miège, Bernard (1989), *The Capitalization of Cultural Production*, Amesterdão, International General.
- Neves, José Soares et al. (2012a), *Inquérito ao setor do livro: Parte I – Enquadramento e diagnóstico*, Lisboa, Observatório das Atividades Culturais.
- Neves, José Soares et al. (2012b), *Inquérito ao setor do livro: Parte II – Inquéritos à edição e à comercialização*, Lisboa, Observatório das Atividades Culturais.

- Neves, José Soares *et al.* (2014), *Comércio livreiro em Portugal - Estado da arte na segunda década do século XXI*, Lisboa, APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros.
- Peterson, Richard A. (1997), “Popular music is plural”, *Popular Music and Society*, 21(1), pp. 53-58.
- Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (2008), *Manual de investigação em ciências sociais*, Lisboa, Gradiva.
- Rouet, François (1992), *Le Livre: mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation Française.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (1999), “Indústrias culturais: especificidades e precaridades”, *OBS*, nº5, pp- 2-6.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.), José Soares Neves, Maria João Lima e Margarida Carvalho (2007), *A Leitura em Portugal*, Lisboa, Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE).
- Ribeiro, Cátia Isabel Marques (2012), *Relatório de estágio na Assírio & Alvim*, Relatório de Estágio de Mestrado em Edição de Texto, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Saint-Beuve (1839), “La littérature industrielle”, *Revue des Deux Mondes*, t.17. Obtido a: 17 de julho de 2016; em: https://fr.wikisource.org/wiki/La_Litt%C3%A9rature_industrielle
- Schiffrin, André (2013), *O Negócio dos Livros – Como os grandes grupos económicos decidem o que lemos*, Lisboa, Letra Livre.
- Townley, Barbara, Nic Beech e Alan McKinlay (2009), "Managing the creative industries: managing the motley crew", *Human Relations*, 62(7): 939-962.
- Wacquant, Loïc (2006), “Pierre Bourdieu”, em Rob Stones (org.), *Key Contemporary Thinkers*, Londres e Nova Iorque, Macmillan. Obtido a 18 de abril de 2015, em: <http://www.umsl.edu/~keelr/3210/resources/pierrebourdieu-keythink-rev2006.pdf>
- Webb, Jen, Tony Schirato, Geoff Danaher (2002), *Understanding Bourdieu*, Londres, Sage.
- Weber, Max (2008), “A «objectividade» do conhecimento nas ciências sociais e em política social”, em Braga da Cruz, Manuel (org.), *Teorias sociológicas – os fundadores e os clássicos (antologia de textos)*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, p. 603-661.

Webgrafia

- Arquipélago – Ep. 03. Vitor Silva Tavares – Certos curtos sinais. 08-11-2015. Conversa em vídeo com Vitor Silva Tavares. Em: <https://www.youtube.com/watch?v=UcZTA490BKY> Consulta em: 9 de setembro de 2015.
- Blogspot. Mariposa Azul. Blogue. Em: <http://mariposazual.blogspot.pt/> Conslta em: 20 de fevereiro de 2016.
- Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas. História da instituição. Em: <http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/dglb/Paginas/dglb.aspx> Consulta em: 5 de fevereiro de 2016

Encyclopædia Britannica Online (Howard Nemerov). Entrada de enciclopédia. Em: www.britannica.com/art/poetry Consulta em: 7 de dezembro de 2015.

Facebook. Mariposa Azul. Página de Facebook. Em: <https://www.facebook.com/mariposaazual> Consulta em: 20 de fevereiro de 2016.

Ípsilon – Público. O cardume da poesia. 11-02-2012. Artigo. Em: <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/o-cardume-da-poesia299050> Consulta em: 9 de setembro de 2015.

Ípsilon – Público (Hugo Pinto Santos). Porta fora da aula de poesia. 13-03-2015. Crítica. Em: <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/porta-fora-da-aula-de-poesia1688041> Consulta em: 13 de março de 2015

Ípsilon – Público (Hugo Torres). Única livraria de poesia do país fecha portas sem dívidas. 27-03-2012. Notícia. Em: <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/unica-livraria-de-poesia-do-pais-fecha-as-portas-sem-dividas1539612>. Consulta em: 14 de janeiro de 2015.

Ípsilon – Público (Kathleen Gomes e Lucinda Canelas). Morreu Vítor Silva Tavares, um editor radical. 21-09-2015. Notícia. Em: <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/morreu-vitor-silva-tavares-editor-da-etc1708485> Consulta em: 21 de setembro de 2015.

Ípsilon – Público (Lusa). Pequenos editores reclamam fim do registo de livros pago e entregam protesto na AR. 10-09-2015. Notícia. Em: <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/pequenos-editores-reclamam-fim-do-registo-de-livros-pago-e-entregam-protesto-na-ar1707438> Consulta em: 10 de setembro de 2015.

Mariposa Azul. Website. Em: <http://amariposa.net> Consulta em: 20 de fevereiro de 2016.

Observador (Joana Emídio Marques). Editoras indie, um roteiro de livros alternativos. 04-07-2015 Em: <http://observador.pt/especiais/editoras-indie-um-roteiro-livros-alternativos/> Consulta em: 13 de janeiro de 2016

P3 – Público (Lusa). “Do Lado Esquerdo, a micro-editora que gosta de tiragens únicas. 22-08-2013. Artigo. Em: <http://p3.publico.pt/cultura/livros/9007/quotdo-lado-esquerdoquot-micro-editora-que-gosta-de-tiragens-unicas> Consulta em: 5 de junho de 2015

Portal das Finanças. Código do Imposto sobre Valor Acrescentado. Lista de bens e serviços sujeito a taxa reduzida de IVA. Em: http://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/informacao_fiscal/codigos_tributarios/civa_rep/c_iva_listas.htm Consulta em: 4 de fevereiro de 2016

Tantas páginas. Averno: “Nos últimos anos a poesia, e a literatura, perderam terreno. Isso não é uma catástrofe. A poesia dá-se bem em condições adversas. 01-02-2012. *Post* de blogue. Em: <https://tantaspaginas.wordpress.com/2012/02/01/averno-nos-ultimos-anos-a-poesia-e-a-literatura-perderam-terreno-isso-nao-e-uma-catastrofe-a-poesia-da-se-bem-em-condicoes-adversas/> Consulta em: 15 de julho de 2015

Youtube. Mariposa Azul. Canal de Youtube. Em: <https://www.youtube.com/channel/UCapvw6xpzWU3Ew184WxBGvA> Consulta em: 20 de fevereiro de 2016.

Legislação

Decreto-Lei nº 196/2015, de 16 de setembro – em Diário da República, 1.ª Série – nº181 – 16 de setembro de 2015. Alterações à Lei do Preço Fixo do Livro. Em: <http://www.dglb.pt/sites/DGLB/Portugues/premios/Documents/lei%20do%20pre%C3%A7o%20fixo.pdf> Consulta em: 4 de fevereiro de 2016.

Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de novembro – em Diário da República, 1.ª Série – nº213 – 6 de novembro de 2007 – Artigo 2.º. Classificação legal de PME. Em: <http://www.iapmei.pt/iapmei-leg03.php?lei=5962> Consulta: 17 de setembro de 2015.

Portaria 517/96, de 26 de setembro – em Diário da República, 1.ª Série – nº224 – 26 de setembro de 1996. Aprovação do Regulamento para a Atribuição de Bolsas de Criação Literária. Em:

<https://dre.tretas.org/dre/77479/>

Consulta: 12 de setembro de 2015.

ANEXOS

ANEXO A: Tópicos de observação

I – MODOS DE ORGANIZAÇÃO

I.A – Modos de produção

I.A.1 – Controlo de gestão

- Importância do controlo de gestão na atividade pretérita e atual da editora

I.A.2 – Tiragens

- Tiragem média em diferentes períodos
- Fatores de decisão de tiragem em diferentes períodos

I.A.3 – Gestão de fundos

- Estratégias utilizadas na gestão de fundos

I.A.4 – Escolhas em matéria de impressão e reimpressão/reedição

- Fatores de decisão na impressão
- Fatores de decisão na reimpressão/reedição
- Avaliação dos resultados das reimpressões/reedições
- Risco associado à reimpressão/reedição
- Posicionamento face a políticas de não-reimpressão e não-reedição praticadas por outras pequenas editoras em Portugal

I.B – O pessoal

- Naturalidade, formação e percurso geral de vida
- Experiência anterior em edição
- Organização do trabalho

I.C – Aspetos jurídicos e financeiros

I.C.1 – Estatuto jurídico

- Variáveis: 1) sociedade anónima; 2) sociedade por quotas; 3) sociedade unipessoal; 4) nenhuma
- Fatores de escolha do estatuto jurídico

I.C.2 – Recurso ao crédito

- Historial de recurso ao crédito
- Grau de risco atribuído ao recurso ao crédito – risco para a sustentabilidade económica e/ou risco para a independência editorial

I.C.3 – Receitas

- Receitas médias anuais
- Variabilidade das receitas em diferentes períodos

I.D – Outros aspetos

I.D.1 – Pertença associativa

- Pertença a associações relacionadas com a atividade, na atualidade e ao longo do percurso da editora
- Fatores que influenciam a pertença ou não pertença

II – PROJETO EDITORIAL

II.A – O catálogo

III.A.1 – Ritmo de produção

- Modalidades: 1) menos de 10 por ano; 2) entre 10 e 20 por ano; 3) mais de 20 por ano

III.A.2 – Os livros marcantes

- Tipos de livros marcantes: 1) livros-charneira; 2) sucessos estruturantes; 3) falhanços formadores

III.A.3 As especialidades

- Reconhecimento ou não reconhecimento da especialização em poesia
- Fatores que influenciam e influenciaram a especialização

II.B – Trocas e parcerias internacionais

- Experiência em: 1) coedição; 2) cedência de direitos; 3) compra de direitos e/ou acordos para a difusão de livros estrangeiros ou no estrangeiro.

II.C – A política editorial

- Modelo de editor seguido no início da atividade: 1) os grandes editores; 2) os editores independentes; 3) os pares
- A política editorial da editora aquando da criação e na atualidade
- Perfil de criador: 1) profissional do livro; 2) profissional vindo de atividade próxima; 3) autodidata apaixonado

II.D – Os autores

II.D.1 – Perspetiva da editora:

- Modalidades de recrutamento: 1) publicação de manuscritos enviados espontaneamente; 2) pedidos individuais específicos; 3) acompanhamento de autores já conhecidos
- Fidelização – modalidades e posicionamentos
- Relação autor-editor
- Dimensão contratual da relação autor-editor

II.D.2 – Autores entrevistados:

- Processos de edição das obras publicadas (comparação entre a Mariposa Azul e outras editoras)
- Naturalidade, formação e percurso geral de vida
- Situação profissional atual

II.D.3 – Autores não entrevistados:

- Média de idade dos autores aquando da primeira publicação na Mariposa Azul
- Percentagem de primeiras obras face ao total de obras publicadas

III – MODOS DE COMERCIALIZAÇÃO

III.A No momento de criação da editora

- Autodifusão-distribuição ou difusão-distribuição delegada

III.B Evolução durante o percurso

- Manutenção ou mudança do modo de difusão-distribuição utilizado no momento de criação da editora

III.C Atualidade

III.C.1 – As estruturas de difusão e distribuição

Modalidades:

- Autodifusão-distribuição: 1) autodifusão-distribuição em sentido estrito; 2) autodifusão-distribuição alargada
- Pertença a estrutura de difusão-distribuição especializada
- Pequena generalista
- Grande generalista

III.C.2 – Os custos da difusão-distribuição

- Taxas praticadas pelas empresas de difusão-distribuição
- Vantagens e desvantagens do uso e do não uso de empresas de difusão-distribuição

III.C.3 – As práticas comerciais

Modalidades:

- Comercialização na proximidade
- Comercialização alargada

Porcentagem de cada meio de venda nos números totais de vendas:

- Livraria
- Venda direta pela via: 1) online; 2) apresentações/leituras/eventos; 3) outra

III.C.4 – O papel do editor na comercialização

- Relações com as livrarias e posicionamentos
- Relações com a difusão-distribuição e posicionamentos
- Relações com as bibliotecas e posicionamentos

III.C.5 – Os preços de venda

Fatores que presidem a atribuição dos preços de venda aos intermediários e ao consumidor final

III.C.6 – O trabalho promocional

Observáveis:

- A produção de catálogos
- O sítio *web*, o Facebook e a publicidade no local de venda
- A participação em feiras do livro e eventos similares
- A relação com a crítica de imprensa
- Apresentações e sessões de leitura

V – ASPETOS DISCURSIVOS / POSICIONAMENTOS

IV.A. Editores

IV.A.1 – A edição literária em Portugal

- Posicionamento sobre os processos de integração editorial e livreira
- Posicionamento sobre o papel de inovação atribuído às pequenas editoras

- A desqualificação da poesia e do ensaio – posicionamentos e relação com a prática da editora
- As pequenas editoras dos anos 60 e 70 e as pequenas editoras de hoje – continuidades e mudanças
- Posicionamento geral sobre o subcampo da pequena edição de poesia

IV.A.2 – A crítica e os críticos

- Posicionamento sobre a situação atual da crítica em Portugal
- Posicionamento sobre a receção crítica dos livros da editora

IV.A.3 – Políticas públicas

- Posicionamentos sobre legislação, regulamentação, políticas, programas e medidas de apoio pretéritos e atuais

IV.B – Autores

IV.A.1 – A edição literária em Portugal

- Posicionamento sobre os processos de integração editorial e livreira
- Posicionamento sobre o papel de inovação atribuído às pequenas editoras
- A desqualificação da poesia e do ensaio – posicionamentos
- As pequenas editoras dos anos 60 e 70 e as pequenas editoras de hoje – continuidades e mudanças
- Posicionamento geral sobre o subcampo da pequena edição de poesia

IV.A.2 – Profissionalização literária

- Posicionamentos e práticas sobre a profissionalização literária

IV.A.3 – Mediatismo

- Postura e posicionamento face à exposição mediática – dois pólos ideal-típicos: 1) recusa absoluta e inflexível de qualquer forma de publicitação da obra e de exposição biográfica; 2) aceitação de qualquer forma de publicitação da obra e de exposição biográfica

IV.A.4 – A crítica e os críticos

- Posicionamento sobre a situação atual da crítica em Portugal
- Posicionamento do autor sobre a sua receção crítica

V – PERSPETIVAS DE FUTURO

Modalidades:

- Pessimismo e perspetiva de abandono
- Manutenção da identidade e das práticas
- Crescimento: com duas tónicas: 1) predominantemente editorial; 2) predominantemente comercial

ANEXO B – Perfis dos entrevistados em entrevista semiestruturada

# Código da Entrevista	Data de realização	Nome do(s) entrevistado(s)	Perfil
1	22-06-2015	Miguel Cardoso	Poeta, publicou o livro de estreia na Mariposa Azual. Os restantes quatro livros foram editados em editoras relacionadas com a Mariposa Azual: Douda Correria (dois) e &etc (dois).
2	22-07-2015	Helena Vieira e Leonel Guerreiro	Atuais editores da Mariposa Azual. Helena Vieira, ex-profissional de Publicidade, é cofundadora; Leonel Guerreiro, professor de Educação Musical, entrou em 2013.
3	23-07-2015	Miguel Manso	Poeta (um livro na Mariposa Azual). Publicou sete livros em autoedição desde 2008. Em 2015 publicou na editora de média dimensão Tinta da china.
4	20-08-2015	Nuno Moura	Cofundador da Mariposa Azual. Poeta (dois livros na Mariposa Azual) e editor (atualmente, Mia Soave e Douda Correria). Envolvido em numerosos grupos e eventos de divulgação de poesia, particularmente sob a forma da poesia dita e da <i>performance</i> .
5	16-10-2015	Helena Vieira e Leonel Guerreiro	Atuais editores da Mariposa Azual. Helena Vieira, ex-profissional de Publicidade, é cofundadora; Leonel Guerreiro, professor de Educação Musical, entrou em 2013.

ANEXO C – Perfis dos entrevistados na fase exploratória

Data de realização	Nome do(s) entrevistado(s)	Perfil
25-5-2014	David Teles Pereira	Poeta e editor da Língua Morta, pequena editora de poesia fundada em 2012.
29-7-2014	Emanuel Cameira	Académico nas áreas da Sociologia da Cultura e dos Estudos do Livro. Veio posteriormente a ser coorientador desta dissertação.
23-9-2014	Rosa Azevedo	À data, encontrava-se a realizar um projeto autónomo e não académico sobre as <i>editoras independentes</i> portuguesas da atualidade. Regularmente envolvida em eventos relacionados com as pequenas editoras.
17-10-2014	Ricardo Ribeiro	Alfarrabista e livreiro na livraria independente Sr. Teste, sobretudo dedicada a pequenas editoras de poesia. Regularmente envolvido em eventos relacionados com as pequenas editoras.
28-10-2014	Nuno Medeiros	Académico na área da Sociologia Histórica da Edição.
9-11-2014	Nuno Moura e Joana Bagulho	Editores da Mia Soave (2012) e Douda Correria (2013), duas pequenas editoras de poesia. Nuno Moura é poeta e um dos fundadores da Mariposa Azul.

ANEXO D – Catálogo da Mariposa Azul

Coleção de poesia

Título	Autor	Ano
Nova Asmática Portuguesa	Nuno Moura	1998
Um pássaro na ponta da língua	Sofia Crespo	1999
Maga Klimt	Miguel Granja	1999
Bizarro Dizário d'A Condessa de Berna	Paulo Condessa	1999
Poemas durante a chuva	Jayme Kopke	1999
Bizz Dizz	Paulo Condessa	2000
Lugares comuns	João Luís Barreto Guimarães	2000
Os livros de Hélice Fronteira – gosto dos mesmo livros que tu Regina Neri – o monstro do entrepernas Vasquinho Dasse – histórias muito pequenas e muito más Ivo Longomel – piudefulo Adraar Bous – beauty conteste talcum powder Robes Rosa – teatro para cães Estevão Corte – estudo sobre a sexta-feira 13 Alexandre Singleto – relatório & contas	Nuno Moura	2000
Obra	Adília Lopes	2000
O céu dentro da boca	Paulo Condessa	2008
Contra a manhã burra	Miguel-Manso	2009
Auto-ajuda	Tiago Gomes	2009
A casa da meia distância	Daniel Maia-Pinto Rodrigues	2010
Que se diga que vi como a faca corta	Miguel Cardoso	2010
Mulher ao mar	Margarida Vale de Gato	2010
Teoria do fantasma	Fernando Guerreiro	2011
A água que nos move	José Alexandre Caldas Ribeiro	2011
Vim porque me pagavam	Golgota Anghel	2011
Dívida Soberana	Susana Araújo	2012
Groto Sato	Raquel Nobre Guerra	2012

Estação 2012	Henrique Manuel Bento Fialho	2014
Marsupial	Catarina Nunes de Almeida	2014
Cisco	Elisabete Marques	2014
Um teste de resistores	Marília Garcia	2015
Voo Rasante	AAVV	2015
Tempus Fugit	Sónia Batista	2015
Natural inverso	AAVV	2015
Trepanação de Jerónimo Bosch	João Bosco da Silva	2015

Coleção “Rio da Escrita” (Ensaio)

Título	Autor	Ano
Como uma pedra-pássaro que voa – Llansol e o improvável da leitura	Maria Etelvina Santos	2008
Na dobra do mundo – escritos llansolianos	João Barrento	2008
O que é uma figura? – Diálogos sobre a obra de Llansol na casa da saudação	João Barrento (org.)	2009
Llansol – Nada ainda modificou o mundo	João Barrento e Maria Etelvina Santos (orgs.)	2010
Llansol – A liberdade da alma	João Barrento e Maria Etelvina Santos (orgs.)	2011
Llansol – A vida luminosa dos objectos	João Barrento e Maria Etelvina Santos (orgs.)	2012
Trans-dizer – Llansol: tradutora, traduzida, transcriada	João Barrento e Maria Etelvina Santos (orgs.)	2013
Pessoa e Bach na Casa de Llansol	João Barrento e Maria Etelvina Santos (orgs.)	2014

(Data de referência: 30 de setembro de 2015)