

Cotas, Coletivos e *Crowdfunding*: alternativas para publicação e estratégias de sobrevivência no mercado editorial¹

Pablo Guimarães de ARAÚJO²

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo

Este trabalho tem o objetivo de refletir sobre algumas soluções encontradas por editores e autores considerados independentes para sobreviverem às mudanças ocorridas no mercado editorial. Ideias originais que têm conseguido espaço e despertado a atenção do mercado devido ao êxito alcançado diante das dificuldades impostas pela concentração de editoras, distribuidoras e redes de livrarias. Iniciativas que envolvem pessoas de diferentes gerações, dialogam com as tecnologias digitais e estimulam o surgimento de novas ideias. A análise dos diferentes projetos mostra que as propostas possuem características próprias, embora seja grande a semelhança no ponto de partida, nos objetivos e no prazer dos envolvidos na relação com os livros.

Palavras-chave: mercado editorial; pequenas editoras; projetos independentes; coletivos; financiamento colaborativo.

Introdução

Fusões e concentração crescente, aumento na quantidade de publicações, perda da identidade editorial: o mercado de produção de livros tem passado por transformações importantes nas últimas décadas, sobretudo com a participação dos grandes grupos midiáticos em aquisições e negociações editoriais. Práticas de produção e expectativas de lucratividade antes distantes dos processos relacionados ao livro foram pouco a pouco inseridas no cotidiano das editoras. Para Epstein:

[...] o ramo da edição de livros desviou-se de sua verdadeira natureza, assumindo, coagido pelas desfavoráveis condições de mercado e pelos equívocos dos administradores distanciados, a postura de um negócio convencional. Essa situação levou a muitas dificuldades, pois publicar livros não é um negócio convencional. (EPSTEIN, 2002, p. 21)

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG, e-mail: pguimaraes76@gmail.com

No Brasil a situação não é diferente. Nos últimos anos, o mercado editorial brasileiro tem se mostrado cada vez mais atrativo para investimentos estrangeiros. Grupos como os espanhóis Santillana e Planeta e o português Leya já possuem investimentos no país, adquirindo editoras nacionais ou abrindo suas próprias editoras. Na aquisição mais recente, anunciada no final de 2011, o mercado foi surpreendido com a informação de que a Editora Penguin, pertencente ao grupo inglês Pearson, havia comprado 45% da editora brasileira Companhia das Letras.

Em muitas análises das mudanças ocorridas nos mercados europeu e norte-americano, há depoimentos de editores sobre a descaracterização da atividade, a pressão pela publicação de determinadas obras e as altíssimas apostas em adiantamentos de direitos autorais, valores que muitas vezes não são recuperados pelas editoras. A realidade do papel desempenhado pelos editores fica cada vez mais distante da reflexão de Flusser:

Embora nós possamos observar em todos os lugares abordagens de aparelhos de censura automáticos (por exemplo, nas redações dos meios de comunicação de massa), os editores ainda não são, por enquanto, máquinas automáticas. Atualmente, os editores ainda são suficientemente flexíveis para ajustarem seus critérios a alguns dos textos que eles querem segurar. (FLUSSER, 2010, p. 55)

As notícias sobre a última Feira de Frankfurt, considerado o principal evento do mercado editorial mundial, informavam que até mesmo os editores mais experientes, com décadas de participação no evento, estavam surpresos com as cifras negociadas. A corrida em busca do *best-seller* ou do “novo Harry Potter” é cada vez maior, bem como as apostas financeiras relacionadas a esse objetivo.

A aproximação entre o mercado editorial e a indústria do entretenimento também é crescente, e vai além de fórmulas e estratégias administrativas. A mistura entre filmes, roteiros, programas de variedade, séries de televisão e livros tem ocupado espaço nas prateleiras das livrarias. Para Schifffrin, é fundamental que o livro mantenha sua independência:

Os livros diferem de forma crucial dos outros meios. Diferentemente das revistas, eles não são voltados para o anunciante. Diferentemente da televisão e dos filmes, eles não precisam encontrar um grande público. Os livros podem ir contra a corrente, apresentar novas ideias, desafiar o *status quo*, na esperança de que, com o tempo, se forme o seu próprio público. A ameaça a tais livros e às ideias que eles contêm – o que costumava ser conhecido como mercado de ideias – é perigosa não apenas para o mercado editorial profissional, mas para a sociedade como um todo. (SCHIFFFRIN, 2006, p. 174)

O cenário não é animador para autores e pequenos editores que acreditem em propostas mais experimentais e publicações que, inicialmente, não tenham grande apelo comercial. A concentração em diferentes etapas da cadeia do livro – atingindo editoras, distribuidoras e livrarias – diminui as opções e dificulta a edição e comercialização das obras, mas não evita que diferentes alternativas continuem surgindo. Iniciativas atentas ao poder da coletividade, da internet, das redes sociais e das possibilidades digitais de publicação, que com ousadia e criatividade conseguem viabilizar a publicação de livros e a circulação de ideias.

Criatividade, dinheiro do bolso (ou Dubolsinho) e cotistas

Sebastião Nunes (ou Sebastião Nuvens, Sebunes Nastião, Sabião Bestunes), mais conhecido como Tião Nunes, vem construindo uma longa e original trajetória no mercado editorial, como escritor, editor e artista gráfico.

Em 2008, comemorou 70 anos de idade e 40 anos de produção artística, iniciada em 1968 com a publicação do livreto *Última carta da América*, lançado como edição do autor. Além das homenagens que recebeu em diferentes eventos, a Editora UFMG lançou o livro *Sebastião Nunes*, material que reúne depoimento, entrevista, cronologia, recepção crítica, bibliografia, cartas e textos inéditos, organizado pelo jornalista e poeta Fabrício Marques. O texto de quarta capa da obra traz as seguintes informações sobre Nunes:

Ao publicar seu primeiro livro, em 1968, Sebastião Nunes inaugurou uma forma única de expressão artística e intelectual. Ao completar 40 anos de produção de poemas e ficção experimental, construídos sob a tensão permanente entre textos e imagem, o autor de *Somos todos assassinos* e *História do Brasil* mantém coerência rara entre seus pares, colocando sob suspeita um sistema de valores estabelecidos e elegendo como alvos de sua guerrilha pessoal a classe média, a publicidade, os poderes, enfim, a grande tragicomédia que é a existência humana.

A sátira e o questionamento sempre estiveram presentes na obra e em toda a trajetória de Nunes. A produção de uma cópia graficamente fiel do caderno *Mais!*, do jornal Folha de São Paulo, encaminhada a intelectuais e responsável por uma ameaça de processo por parte do jornal, e o envio para 120 intelectuais da obra *Decálogo da classe média* em um pequeno caixão de defunto, produzido artesanalmente em madeira, são alguns exemplos. Profissionalmente, após períodos de trabalho com publicidade, uma passagem pelo Suplemento Literário do jornal *Minas Gerais* (a convite de Murilo Rubião, no período da famosa Geração Suplemento) e biscates em atividades diversas, alternando períodos

entre Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Sereno (pequena cidade do interior mineiro), em 2000 ele cria na cidade histórica de Sabará a Editora Dubolsinho, voltada para a publicação de livros infantojuvenis.

Segundo Nunes, o despertar para a literatura infantojuvenil – que ele considerava menor – veio após a filha Teresa, de 10 anos, contar sobre um sonho, experiência que pouco tempo depois seria transformada no livro *O ontem que virou hoje*, lançado pela editora mineira RHJ com outros dois títulos do autor.

Após escrever e reunir originais de outras 20 obras infantojuvenis, Nunes recorreu aos amigos José Paulo Paes e Nelly Novaes Coelho, que tinham muitos contatos em São Paulo, para tentar a publicação por outras editoras. Com retornos negativos em todas as tentativas, decidiu retomar as mesmas estratégias dos tempos da Dubolso, editora que publicou na década de 1980, entre outros, autores como André Sant’anna, Glauco Matoso e Sérgio Fantini.

Vendo como era difícil entrar no meio, mandei uma carta pedinchona, das que costumava mandar para editar livros adultos, para cerca de 120 amigos, sugerindo que me ajudassem a fundar uma editora infantojuvenil. Isso foi em dezembro de 1999 e já no fim do mês tinha mais ou menos 20 respostas positivas, cada um contribuindo com R\$1.000,00 ou mais – parcelados em 5 vezes ou pagos de uma vez. Foi assim que a editora nasceu em janeiro de 2000, com mais ou menos R\$40.000,00 de uns 30 cotistas, que depois fechamos em 40. Com esse dinheiro foi possível lançar os primeiros seis títulos, sendo quatro deles meus. (Sebastião Nunes, 21/01/2012)³

Com mais de uma década de atividades e algumas dezenas de títulos publicados, a Dubolsinho tem se consolidado no mercado de livros infantojuvenis. Os pontos principais do “contrato de direitos dos cotistas” – editar livros pela editora e indicar autores, além de participar dos lucros – foram, com o tempo e com uma maior experiência administrativa, adaptando-se à realidade do projeto. Atualmente, as definições sobre publicação de novos títulos estão diretamente relacionadas à pesquisa e intuição de Nunes, enquanto a partilha de lucros nunca se concretizou, pois toda a receita da editora é para cobrir as despesas e investir em novos títulos.

Analisando o percurso da Dubolsinho, Nunes acredita que há espaço para iniciativas semelhantes, pois com as novas tecnologias e as várias possibilidades de divulgação é cada vez mais barato montar uma editora. Ao mesmo tempo, destaca que a concorrência ficou mais pesada com o interesse dos grupos editoriais estrangeiros pelo mercado brasileiro, o

³ Entrevista por e-mail ao pesquisador.

que torna necessário um diferencial “tipo entender muito de literatura ou de produção editorial, ter bastante capital ou ser muito bom em contatos e vendas” (Sebastião Nunes, 21/01/2012). Isso diminuiria o risco de estar presente nas estatísticas relacionadas à boa parte dos novos empreendimentos no Brasil, que fecham as portas antes de completarem dois anos de atividades.⁴

Refletindo sobre a disputa desigual que ocorre no mercado editorial e as dificuldades encontradas pelas pequenas editoras para conseguirem se manter financeiramente, Schiffrin afirma que:

[...] como em todos os aspectos do livre mercado, há o problema de que o jogo está longe de ser justo. As maiores empresas, que publicam os livros mais comerciais, têm à sua disposição grandes orçamentos publicitários, a força de vendas enormes e uma rede extremamente eficiente de contatos na imprensa. Tudo isso ajuda a garantir que seus livros recebam algum grau de atenção. As editoras menores são incapazes de competir no mesmo nível e têm muito mais dificuldade em encontrar espaço para seus livros, tanto nas lojas quanto nas resenhas dos jornais. (SCHIFFRIN, 2006, pág. 114)

O mercado livreiro também passa por situação semelhante. As livrarias independentes – muitas delas tradicionais, com décadas de atividades – perdem cada vez mais espaço para as grandes redes e suas lojas com padrão *mega store*, localizadas em shoppings e áreas nobres das cidades. Com a quantidade crescente de títulos publicados – Sérgio Herz, da Livraria Cultura, informou no VII Fórum de Editoração que, em alguns períodos, chega a receber o cadastro de 250 novos títulos por dia –, é cada vez mais difícil para as pequenas editoras conseguirem espaços de comercialização para os seus livros. Sem poder contar com a receita de vendas em livrarias, as pequenas editoras dependem fundamentalmente das políticas públicas relacionadas ao livro e das compras governamentais.

Com vários títulos da Dubolsinho selecionados sobretudo em programas como PNBE (Programa Nacional Biblioteca da Escola), do governo federal, e Kit Mochila Escolar, da Prefeitura de Belo Horizonte, além de outras compras estaduais e municipais, Nunes não tem dúvida sobre a importância dessas políticas, não apenas como mais uma opção de comercialização, mas claramente como fator determinante para a sobrevivência de pequenas editoras e para a chamada bibliodiversidade brasileira.

⁴ Demografia das Empresas 2009, estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e divulgado em 2011.

Nossa grande sorte foi exatamente essa: ter caído nas graças de órgãos públicos como o governo estadual de São Paulo (a partir de 2002), da PBH e do FNDE (a partir de 2005), principalmente os dois últimos. Se não fossem esses órgãos com certeza a editora teria fechado, como cheguei a pensar em 2005, antes de emplacar a primeira grande venda pra PBH e pro FNDE. Conta muito também o fato de, com o governo Lula, haver limitação de quantidade de livros por selo. Isso foi importantíssimo. Sem essa limitação rigorosa não haveria como competir com as grandes editoras. Ao mesmo tempo, a quantidade de títulos comprados aumentou, com uma tentativa bastante eficiente de diversificar a escolha e incluir o máximo de editoras possível. Se não fosse Lula, o Patrus e os governos seguintes, grande parte das pequenas e micro editoras não existiriam. (Sebastião Nunes, 21/01/2012)

A defesa das políticas públicas relacionadas ao livro e da mudança que elas estão possibilitando nos últimos anos já proporcionou a Nunes situações inesperadas. Em 2007, no 8º Salão do Livro e Encontro de Literatura, em Belo Horizonte, durante a mesa “Gente que lê: o mercado editorial para jovens”, o escritor Pedro Bandeira ficou muito nervoso e chegou a abandonar o auditório, após discordar das opiniões de Nunes acerca das compras governamentais e de perguntas dos participantes sobre um possível privilégio para grandes editoras e autores mais conhecidos nas seleções institucionais.

As discussões sobre publicações digitais e estratégias para se inserir nesse novo mercado já fazem parte das preocupações da Dubolsinho, e Nunes destaca a importância de as pequenas editoras iniciarem a produção rapidamente. Para ele, a briga promete ser pesada e, novamente, as compras governamentais terão papel importante para possibilitar que as pequenas editoras fiquem com algumas fatias desse bolo digital.

Após mais de 40 anos publicando muitos de seus livros de forma independente e apostando em diferentes projetos editoriais para viabilizar a publicação de outros títulos, Nunes permanece otimista, embora para muitos as perspectivas de mercado para as pequenas editoras sejam angustiantes. Ele acredita que, havendo políticas públicas sérias, sempre será possível encontrar alternativas.

A sorte das micro e pequenas editoras é que as políticas públicas para livros estão cada vez mais sérias. Para cada multinacional que entra por uma porta, o governo fecha outra. O mercado brasileiro é tentador, tanto que todo ano temos grande quantidade de compras e fusões, com as gigantes engolindo as grandes e as grandes engolindo as médias. Ao mesmo tempo, o governo estreita o gargalo nas compras, diminuindo o número de títulos por selos e aumentando a quantidade de títulos comprados. [...] Dessa forma, alternativas existem para que todos tenham espaço. Mas criatividade, ousadia e jogo de cintura continuam sendo fundamentais. (Sebastião Nunes, 21/01/2012)

A união faz a força, no caso dos livros também

A ideia da união de um grupo de escritores para viabilizar a publicação dos próprios livros não é algo novo, mas continua sendo utilizada como uma estratégia interessante e tem se fortalecido no Brasil nos últimos anos. Dois exemplos geograficamente distantes demonstram isso.

Em São Paulo, o Coletivo Edith – que tem o lema: Edith agora ou cale-se para sempre – foi formado por um grupo de 14 artistas, entre eles alguns nomes conhecidos do mercado editorial: o escritor Marcelino Freire e o editor Wanderley Mendonça. A ideia é publicar os livros dos integrantes do coletivo e ser uma opção para novos autores brasileiros.

Freire, agitador cultural e organizador da Balada Literária⁵, vencedor do prêmio Jabuti de contos em 2006 com o livro *Contos Negreiros*, decidiu voltar a publicar seus livros de forma independente após dois lançamentos pela Editora Record:

Saí da Record em 2010 após um ano em que tive duras perdas, em decorrência da morte da minha mãe e de uma sucessão de tragédias ocorridas com colegas como o Glauco, o Roberto Piva e o Alberto Guzik. Fiquei transtornado quando, após um ano de tamanha orfandade, a grande discussão no mercado editorial brasileiro era a disputa do Jabuti entre Chico Buarque e Edney Silvestre.⁶

Empolgado com o novo projeto, Freire se diverte com a coleção “Que viagem”, uma paródia da coleção “Amores Expressos”, da editora Companhia das Letras, que publica romances escritos por autores que passaram, cada um, o período de um mês em uma cidade diferente do mundo. Os dois primeiros lançamentos da coleção do Coletivo Edith são *André Sala Vai para Casa do Chapéu* e *Thiago Barbalho Vai para o Fundo do Poço*.

Já Wanderley Mendonça, editor do selo Demônio Negro e conhecido como “Gutenberg Paulistano”, devido à sua paixão pela produção de livros artesanais, destaca a importância da impressão sob demanda para a proposta do coletivo. Os livros são impressos de acordo com as expectativas de pedido, restando um estoque apenas para a loja virtual. Além disso, os custos do selo são divididos entre os membros, as vendas dos livros publicados retornam o investimento para o coletivo e garantem a continuidade do projeto: “As publicações se pagam e refinanciam as impressões seguintes. Os lucros virão quando as

⁵ Evento literário realizado anualmente em São Paulo, com shows, debates e palestras.

⁶ Entrevista ao Jornal da Paraíba, em 02/10/2011.

vendas on-line tomarem força. Não criamos um grupo editorial, montamos uma possibilidade."⁷

Distantes do Coletivo Edith, mas com bastante proximidade nos objetivos, um grupo de jovens do Rio Grande do Norte idealizou em 2004 um projeto para viabilizar a publicação de seus livros. Pouco tempo depois, surgia na cidade de Natal o selo Jovens Escribas.

Formado pelos escritores Carlos Fialho, Patrício Jr. e Daniel Minchoni, o selo Jovens Escribas apostou na coletividade e, inicialmente, em leis de incentivo para conseguir publicar o primeiro título. No início da trajetória, o escritor Marcelino Freire foi um dos incentivadores do projeto, contribuindo com a divulgação fora do estado do Rio Grande do Norte. Fialho comenta sobre a empolgação do grupo nos primeiros anos do selo: “Era algo parecido com o lema do movimento punk dos anos 70, ‘faça você mesmo’. Correr atrás de outras pessoas para viabilizar uma coisa que os maiores interessados éramos nós.”⁸

Com a persistência na publicação de títulos e a conquista da formalização como editora, o passo seguinte da Jovens Escribas foi atacar um dos principais gargalos do mercado editorial, sobretudo para pequenas editoras: criaram uma distribuidora, Da Gota, com o objetivo de distribuir os próprios livros e de outras editoras independentes em alguns estados do nordeste. Para fortalecer o projeto e complementar a receita da editora, decidiram explorar também as possibilidades da impressão sob demanda e lançaram o selo de não-ficção Bons Costumes, de obras por encomenda.

A grande quantidade de contatos de novos autores e até mesmo de autores mais experientes sobre possibilidades de publicação comprova a consolidação do projeto, proporcionando à editora a experiência animadora de encerrar um ano de atividades com a programação de lançamentos do ano seguinte praticamente fechada. Sobre planos futuros, os escritores e editores afirmam que pretendem continuar sendo jovens e escribas.

***Crowdfunding*: “passando o chapéu” virtual**

O financiamento colaborativo, ou *crowdfunding*, tem conquistado um grande número de usuários e vem crescendo rapidamente no Brasil. Na página inicial do site Catarse⁹, apontado como a primeira plataforma de financiamento colaborativo de projetos criativos do Brasil, algumas frases resumem a ideia: “Faça acontecer os projetos em que

⁷ Entrevista ao Jornal Valor Econômico, em 07/10/2011.

⁸ Entrevista ao Portal de notícias Nominuto.com, em 11/09/2011.

⁹ catarse.me

você acredita. Financie projetos de maneira colaborativa e torne-se parte de algo maior. Promova uma catarse coletiva. Você é a peça que falta nesta história.”

Uma breve visita ao site demonstra a diversidade dos projetos que recorrem a esta “vaquinha virtual”. Há pedidos de financiamento para gravação de CD, teto de TV comunitária, montagem de peça teatral, documentário, turnê, bloco carnavalesco, etc. As recompensas pela participação também são muito criativas, variando de acordo com o projeto e o valor destinado para o apoio. Pode ser um CD autografado, *bottons* e agradecimento especial nas redes sociais, o nome do apoiador nos agradecimentos do espetáculo ou no *banner* do show, e até mesmo uma calcinha autografada pelo cantor Wando, falecido em fevereiro de 2012.

Se o financiamento colaborativo está relacionado à criatividade para viabilizar um projeto independente, surge como mais uma opção interessante para a publicação de livros. No último Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ) – que se consolidou como o maior evento do gênero na América Latina –, realizado em Belo Horizonte, o lançamento do álbum *Achados e Perdidos* despertou a atenção do público e da crítica.

O início da trajetória do projeto até a publicação é semelhante ao percurso enfrentado por muitos escritores e livros independentes. Após tentarem, sem sucesso, a publicação em editoras, os autores Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garrocho receberam o convite da organização do FIQ para fazerem uma exposição de desenhos do Quadrinhos Rasos¹⁰, site criado por eles para a divulgação de quadrinhos feitos a partir de músicas. A oportunidade de participação no festival, algum conhecimento sobre possibilidades de financiamento colaborativo e, sobretudo, o estímulo de amigos e pessoas que visitavam o site fizeram com que decidissem pela publicação do livro. Prepararam o projeto, disponibilizaram o primeiro capítulo do livro com a música para acompanhar a leitura e indicaram quantias que variavam entre R\$ 10,00 e R\$ 2.500,00 – com a meta de levantarem a soma total de R\$ 25.000,00 – para os possíveis apoiadores da iniciativa escolherem uma das opções e receberem recompensas que variavam entre livros autografados, kits completos (livro, postal, adesivo, *botton*, caderno e pôster) e prêmios especiais, à medida que o valor das contribuições aumentasse. Tinham dúvidas se conseguiriam público suficiente, mas assumiram o risco: “O financiamento colaborativo era o jeito ideal de lançar esse livro. Ele só existe graças à coragem que as pessoas que acompanham o Quadrinhos

¹⁰ www.quadrinhosrasos.com

Rasos nos deram, sendo assim realizar o livro com o apoio dessas pessoas foi uma experiência inacreditável.” (Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garrocho, 17/01/2012)¹¹

O valor das contribuições ultrapassou R\$ 30.000,00. Os autores criaram o selo Quadrinhos Rasos, produziram o livro e realizaram o lançamento no FIQ. A repercussão da obra, que vem acompanhada de um CD com trilha sonora para leitura dos quadrinhos, foi muito positiva. Na cobertura do evento, especialistas em quadrinhos como Érico Assis¹², Paulo Ramos¹³ e Sidney Gusman¹⁴ rapidamente destacaram *Achados e Perdidos* entre os melhores projetos do ano, forte candidato aos prêmios do HQMix¹⁵.

Durante as mesas do FIQ, várias pessoas que estavam na plateia relatavam as dificuldades para conseguirem publicar seus trabalhos e demonstravam entusiasmo com o resultado conseguido por Damasceno e Garrocho e com o depoimento de alguns quadrinistas que trabalham exclusivamente com quadrinhos. Para muitos, o sonho quase abandonado de conseguir se dedicar profissionalmente ao que gosta, produzindo e vivendo de quadrinhos, poderia ganhar força novamente.

Damasceno e Garrocho encaram com naturalidade a repercussão alcançada com essa forma de publicação e não consideram que o projeto possa indicar uma receita de sucesso ou que eles sejam um exemplo a ser seguido por novos quadrinistas:

O *crowdfunding* é uma excelente plataforma e funcionou maravilhosamente bem para o *Achados e Perdidos*, mas não acreditamos em "substituição" de plataformas. Pelo contrário, enxergamos todo esse processo como uma soma aos caminhos existentes. O "sucesso" do modelo de financiamento do *Achados e Perdidos* não exclui a possibilidade de continuarmos tentando publicar através de editoras ou editais diversos. E o sucesso aí está entre aspas porque a realização de uma obra não é o bastante pra determinar o sucesso de uma plataforma de lançamento, mas é um começo. [...] Temos tido demonstrações claras de que o que fizemos influenciou algumas pessoas, recebemos e-mails pedindo sugestões, de gente que está tentando ir pelo mesmo caminho. Mas não pretendemos ser qualquer tipo de messias, nosso processo de trabalho e de realização dos nossos quadrinhos não é pra ser segredo pra ninguém. Então, na medida do possível tentamos responder todo mundo que chega até a gente com questionamentos sobre financiamento colaborativo. (Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garrocho, 17/01/2012)

Sobre a relação entre quadrinhos e música, Damasceno e Garrocho admitem que não imaginavam a presença tão forte dessa característica em suas obras. Independentemente da forma de financiamento, não há planos definidos para novas publicações com o mesmo

¹¹ Entrevista por e-mail ao pesquisador.

¹² Tradutor, jornalista, publicitário e professor. Escreve sobre quadrinhos no site omelete.uol.com.br

¹³ Jornalista e professor universitário. Editor do blogdosquadrinhos.blog.uol.com.br

¹⁴ Jornalista, responsável pelo Planejamento Editorial da Mauricio de Sousa Produções e editor do www.universohq.com

¹⁵ O troféu HQMix é considerado a principal premiação de quadrinhos no Brasil.

perfil de *Achados e Perdidos*. Continuam com as postagens no site Quadrinhos Rasos por tempo indeterminado e trabalham com a certeza de que, caso surja um novo projeto que envolva música, contarão com a parceria de Bruno Ito, músico e autor da trilha sonora do álbum.

Quando o assunto é o possível convite para a publicação em grandes editoras, Damasceno e Garrocho deixam claro que não excluem possibilidades. Querem continuar trabalhando e fazendo o que gostam:

[...] não temos nenhum controle sobre isso, mas ao mesmo tempo não acreditamos que uma coisa exclua a outra. Continuamos trabalhando com o selo Quadrinhos Rasos, que já tem planos consistentes de publicação para os próximos anos. Mas não excluimos a possibilidade de trabalharmos com editoras, estamos fazendo o possível para estarmos preparados para o que vier por aí. Como já dissemos, a gente quer é fazer quadrinho. E nós vamos trabalhar para poder fazer mais e mais quadrinhos para o maior número de pessoas possível. (Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garrocho, 17/01/2012)

Considerações finais

A busca por ideias e alternativas para que novos livros, sem espaço nas grandes editoras, circulem no mercado editorial e contribuam para a diversidade de publicações parece tão veloz quanto o crescimento das dificuldades de edição e comercialização.

O objetivo do artigo foi analisar apenas algumas iniciativas que apresentam semelhanças em suas propostas, entre as várias que se espalham pelo país e que, muitas vezes, revelam projetos editoriais criativos, originais e inovadores. A intenção maior do texto é “[...] incitar os outros a refletirem, de levá-los a escrever complementos. [...] ele deve fazer rolar uma bola de neve, na qual os complementos encubram cada vez mais a exposição original” (FLUSSER, 2010, p. 177).

Um olhar cuidadoso perceberá que a Editora Dubolsinho, a seu modo e utilizando o envio de cartas como ação principal, já recorria ao *crowdfunding* no ano 2000, além de reunir um coletivo de colaboradores para viabilizar a publicação de livros. As estratégias da editora infantojuvenil de Sabará, do financiamento colaborativo de *Achados e Perdidos* e da formação dos coletivos Edith (SP) e Jovens Escribas (RN) dialogam e se renovam de acordo com o período em que são aplicadas e com as ferramentas disponíveis.

O intercâmbio de ideias e a reunião em grupos e associações como a Liga Brasileira de Editoras (LIBRE) – que atualmente possui mais de cem pequenas e médias editoras associadas, que trocam experiências e buscam alternativas coletivas para questões como distribuição, compras governamentais, participação em feiras e mudanças no mercado

editorial – tem sido um caminho positivo para o fortalecimento das negociações e reivindicações de pequenas editoras. Além disso, o aproveitamento das várias possibilidades oferecidas pelos recursos digitais tem estimulado muitos autores e movimentado o mercado de autopublicação. É fundamental que continuem persistindo e encontrando caminhos para viabilizar suas propostas, pois sem a diversidade das pequenas casas editoriais e a inovação dos projetos independentes, muitos livros – e suas ideias – deixarão de circular entre os leitores.

Mas livros novos, estranhos, loucos, intelectualmente inovadores ou experimentais são publicados em tiragens pequenas ou médias. Isso é tarefa para as editoras menores. Nós mesmos. Essas editoras menores não são compostas de especialistas em marketing. Elas são formadas por pessoas que fazem livros por causa de suas paixões ou de suas opiniões veementes – certamente não por causa dos lucros que eles irão gerar. Livros que de outra forma jamais seriam publicados. (WAGENBACH apud SCHIFFRIN, 2006, p. 153)

Referências

EPSTEIN, Jason. **O Negócio do Livro**: passado, presente e futuro do mercado editorial. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FLUSSER, Vilém. **A escrita**: há futuro para a escrita? São Paulo: Annablume, 2010.

FIALHO, Carlos. Nominuto.com, Natal, 11 set. 2011. Entrevista concedida a Annapaula Freire. Disponível em: < <http://www.nominuto.com/vida/literatura/potiguares-recorrem-a-editoras-independentes-para-lancar-obras-literarias/76445/>> Acesso em: 19 jan. 2012

FREIRE, Marcelino. Jornal da Paraíba, João Pessoa, 2 out. 2011. Entrevista concedida ao Jornal da Paraíba. Disponível em: <http://jornaldaparaiba.com.br/noticia/66426_marcelino-freire-lanca-duas-obras-pela-editora-edith> Acesso em: 19 jan. 2012

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1976&id_pagina=1> Acesso em: 18 jan. 2012

MARQUES, Fabrício. **Sebastião Nunes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

MENDONÇA, Wanderley. Valor Econômico, São Paulo, 7 out. 2011. Entrevista concedida a Jacilio Saraiva. Disponível em <<http://www.valor.com.br/cultura/1040454/o-fino-que-satisfaz>> Acesso em: 19 jan. 2012

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros**: como as grandes corporações decidem o que você lê. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.