A Sagração da Primavera: formação de conglomerados e coletivização da independência

José de Souza Muniz Jr.

1 Introdução

Uma extensa bibliografia tem se dedicado à análise crítica de um conjunto de mudanças pelas quais o mercado editorial vem passando, em escala global, nas últimas décadas (BOURDIEU, 1999; BRÉMOND; BRÉMOND, 2002; SCHIFFRIN, 2006; COLLEU, 2007; DOMÍNGUEZ, 2010; DISCEPOLO, 2011; SAPIRO, 2009; LEGENDRE, 2013; THOMPSON, 2013; DE DIEGO, 2015; SZPILBARG, 2015). Vários autores identificam processos agudos de globalização, financeirização e concentração de propriedade no setor, a partir dos quais consolidam-se como hegemônicas certas lógicas econômicas e políticas que privilegiam as grandes estruturas empresariais na cadeia do livro. Em contrapartida, constata-se o surgimento e o fortalecimento de novas editoras de pequeno e médio porte, que se dedicam, sobretudo, aos nichos de mercado não abarcados pelos grandes grupos.

Um dado significativo para entender essa nova estruturação dicotômica do mercado é a emergência de formas de organização sócio-política das editoras de menor porte. Uma das principais expressões desse movimento é a criação, em 2004, da Aliança Internacional dos Editores Independentes (AIEI), com sede em Paris. Em torno dela, e irmanados na causa da bibliodiversidade, reúnem-se centenas de editores dos cinco continentes e suas associações, dentre elas a Liga Brasileira de Editoras (Libre).

O objetivo deste artigo é discutir o surgimento da Libre como expressão territorialmente situada dessas grandes transformações, que incidem de modo específico no Brasil. A partir de fontes variadas, sobretudo materiais da imprensa e entrevistas com editores atuantes no Brasil nas últimas duas décadas,

discuto a concentração empresarial do setor editorial brasileiro e a emergência de uma entidade que se afirma como a contraface desse processo. Faço-o a partir de uma perspectiva sociológica que leva em consideração a (re)emergência do editor "independente" em meio às lutas pela classificação que estruturam o espaço editorial[1].

2 A invasão dos gigantes

O ano é 2006. A Casa da Palavra, capitaneada por Martha Ribas e Julio Silveira, completa dez anos de existência e publica a obra mais conhecida de André Schiffrin, *O negócio dos livros*, com o sugestivo subtítulo *Como as grandes corporações decidem o que você lê*[2]. No texto de apresentação, os editores traçam uma avaliação do mercado editorial contemporâneo:

> Um movimento longo e constante vem alterando o panorama das editoras nas últimas décadas. Sucessivamente, as pequenas e médias editoras foram compradas pelas maiores; as maiores uniram-se e tornaram-se gigantes; as gigantes foram devoradas por grandes conglomerados que pouco ou nada têm a ver com o livro. [...] O Brasil, também por conta do isolamento da língua portuguesa, está conhecendo os primeiros passos de um movimento já consolidado no exterior. As editoras brasileiras – a maioria – ainda resistem ao assédio destes grupos. (RIBAS; SILVEIRA, 2006, p. 9).

Avancemos dez anos: estamos em 2016, e o grupo português LeYa anuncia que pretende vender suas operações no Brasil (MEIRELES, 2016). A *holding* havia chegado ao Brasil em 2009, depois de já ter comprado várias editoras em Portugal, Angola e Moçambique e de ter se tornado o maior grupo editorial lusitano (STRECKER, 2009). Em 2011, o conglomerado adquirira 51% das ações da supramencionada Casa da Palavra e, em 2014, já era dono de 95% do negócio, ficando Ribas com 5% mais o cargo de editora-executiva (COZER, 2014).

Naquele 2006 do lançamento de Schiffrin, a editora Objetiva, de Roberto Feith, que em 2005 havia vendido 75% de seu capital para o grupo espanhol Prisa-Santillana, trazia o selo Alfaguara para o Brasil. O marido de Martha Ribas, o jornalista Marcelo Ferroni, deixou seu cargo de editor na Globo Livros

naquela ocasião para assumir o selo. Também em 2006, a Ediouro – que incorporara Agir e Relume-Dumará – absorvia agora a Nova Fronteira e se associava à gigante norte-americana Thomas Nelson. O presidente da Ediouro, Jorge Rodrigues Carneiro, argumentou, à época, que a entrada das estrangeiras "é uma competição saudável que pode beneficiar a todos" (STRECKER, 2006, p. E4). Algum tempo depois, Julio Silveira, tendo deixado a Casa da Palavra, assumia uma função executiva nesse grupo.

Nos últimos anos, novas transações dentro e fora do país acabariam por tornar ainda mais intrincados os liames entre o mercado editorial brasileiro e os grandes *players* transnacionais. Em 2011, a Penguin adquiriu 45% dos capitais da Companhia das Letras e, no ano seguinte, a própria Penguin fundiu-se à Random House. Em 2014, o conglomerado resultante dessa fusão, agora o maior do mundo, toma o controle dos selos de interesse geral da Santillana – o que inclui, no Brasil, a Objetiva, cujo capital passa a ser dividido entre Companhia das Letras (55%) e Penguin Random House (45%). Naquele mesmo 2006, Luiz Schwarcz havia respondido com um simples "Não" à pergunta de um jornal: "O avanço das editoras estrangeiras sobre o mercado brasileiro ameaça o espaço das nacionais?" (FOLHA, 2006, p. 4). Perguntas e respostas se repetiam, viajando no tempo e no espaço.

O mercado de livros didáticos, que de décadas passadas já tinha experimentado experiências de passa-repassa, também sofreu enormes mudanças em anos recentes, graças às novas operações de fusão e aquisição, e à incorporação dos chamados sistemas de ensino aos negócios das editoras do setor. A Saraiva – que já no início da década de 1970 havia se transformado numa empresa de capital aberto – fagocitou entre os anos de 1998 e 2003 três empresas: a paulista Atual, a paranaense Renascer e a mineira Formato. Em 2008, adquiriu o controle acionário do Grupo Siciliano e incorporou os selos Arx e Caramelo. Recentemente, a divisão de livros escolares do Grupo Saraiva foi incorporada ao Grupo Somos, nova versão da Abril Educação, passada da mão dos Civita para um fundo de investidores. Esse grupo, além das editoras Ática e Scipione[3], possui vários colégios, sistemas de ensino e escolas de idiomas em sua "carteira de negócios".

Por sua vez, a já mencionada Santillana, braço editorial do grupo espanhol Prisa, havia chegado ao Brasil em 2001, com a aquisição da Moderna e da Salamandra, fortemente posicionadas nos setores de didáticos e infantojuvenis. Esta última havia sido fundada em 1976 por Geraldo Jordão Pereira, filho de José Olympio, que um ano após essa venda criou com os dois filhos a Sextante, editora de livros de grande vendagem hoje gerida por seu filho, Marcos Pereira. Esta, por sua vez, compra em 2007 50% da Intrínseca, selo de *best-sellers* de Jorge Oakim, e em 2014 adquire metade do capital da gaúcha L&PM, líder do mercado de livros de bolso.

Outras empresas nacionais contribuíram para aumentar a concentração de propriedade do mercado editorial pela aquisição de outras editoras. No âmbito dos livros de interesse geral, a Record tornou-se o maior conglomerado editorial da América Latina depois de ir adquirindo, a partir do final dos anos 1990, vários selos históricos: Civilização Brasileira, José Olympio, Difel, Bertrand Brasil, Paz e Terra, entre outros. Já no segmento CTP (livros científicos, técnicos e profissionais), a empresa líder é o Grupo GEN, formado em 2007. Presidido por Mauro Koogan Lorch, herdeiro da histórica Guanabara Koogan, o grupo formou-se pela compra das editoras Roca, Santos, Forense, Método, LTC, E.P.U., Forense Universitária e Atlas.

Outras operações recentes de aquisição total ou parcial de capitais incluem a compra da Conrad pelo Grupo IBEP, que anteriormente comprara a antiga Companhia Editora Nacional; e a aquisição da mineira Quinteto pela FTD, que pertence à Congregação Marista. De parte dos estrangeiros, além das diversas *joint ventures* com empresas brasileiras, destacam-se a incorporação da Editora Revista dos Tribunais à Thomson Reuters, a aquisição da Escala pela francesa Larousse, e a compra da Academia de Inteligência (do *best-selling* Augusto Cury) pela Planeta, que junto com a SM e a Santillana conformou uma espécie de "nova invasão espanhola" dos mercados editoriais latino-americanos.

Não é de hoje que editoras compram umas às outras. Já em 1972 a José Olympio comprava a Sabiá de Fernando Sabino e Rubem Braga (nascida como Editora do Autor em 1960, tendo também Manuel Bandeira como sócio); e em 1986 a Globo da família Marinho adquiriu a antiga Globo da família Bertaso, de

Porto Alegre. Tampouco é recente o desembarque de empresas estrangeiras no mercado editorial brasileiro: além dos primeiros livreiros-editores franceses e portugueses que se estabeleceram no eixo Rio-São Paulo desde o século XIX, a partir dos anos 1950 várias empresas de fora estabeleceram suas sucursais brasileiras: Encyclopaedia Britannica, Difusão Europeia do Livro, Hachette, Herder, Grijalbo e Gustavo Gilli foram algumas das que chegaram por aqui até meados dos anos 1960. No período da ditadura civil-militar, outras empresas, como Elsevier, Harper & Row, Longman e Prentice-Hall, chegaram ao país ou aumentaram suas operações nacionais (HALLEWELL, 2012).

O que torna este momento qualitativa e quantitativamente distinto das décadas anteriores é a agilidade com que tais negociações são feitas, o clima de rumor com que elas são divulgadas e noticiadas (tanto pelas colunas de cultura e literatura como pelas de mercado financeiro), e a velocidade com a qual os contratos se tornam obsoletos. É como se nossos "Minotauros da arte"[4] se vissem repentinamente presos num labirinto cujas formas, passagens e obstáculos não parassem de mudar, desorientando o olhar e impossibilitando diagnósticos precisos. Esse amplo conjunto de operações envolveu pequenas, médias e grandes editoras nacionais, situadas em diferentes posições do espaço editorial brasileiro tanto por sua antiguidade como por suas linhas editoriais; conglomerados de edição, mídia e entretenimento estrangeiros, provenientes sobretudo dos países do Norte; assim como agentes alheios ao *métier*.

Tal cenário deu munições para que um relato como o de Schiffrin passasse a soar, sobretudo entre pequenos e médios editores, como uma assustadora carta premonitória. Assim, ainda que não tenham tido a pretensão de "hastear uma bandeira", a decisão de Martha Ribas e Julio Silveira de publicar Schiffrin cai como luva para um momento em que, paralelamente à aguda concentração de propriedade do setor, a mobilização dos "independentes" começa a ganhar força.

3 Deslocamentos e descolamentos

A Casa da Palavra mostra-se um ponto privilegiado de observação não só porque seu destino é emblemático da recente reconfiguração econômica do

espaço editorial brasileiro, que ela própria profetizou anos antes. Acontece que Ribas foi, ademais, uma das protagonistas da criação da Libre, entidade que hoje se propõe a representar as editoras "independentes" do país. Não deixa de ser irônico que a própria Casa da Palavra tenha contribuído para engrossar o contingente de "independentes" perdidos para o grande capital global.

A história é conhecida entre os editores da entidade: a semente da Libre é a proposta de Ribas para um evento alternativo à Bienal do Livro do Rio de Janeiro. Insatisfeita com os altos preços cobrados para participar do evento em 2001 e pela péssima localização de seu estande, começa a travar diálogos com outros profissionais do setor:

> Contrariada, resolveu chamar uma colega expositora para compartilhar suas ideias e insatisfações sobre o que fazer para alterar aquela situação, ou seja, encontrar-se em um megaevento, com uma microestrutura, incompatível com o montante de investimento feito para tal. Rabiscou alguns nomes de editoras em seu bloquinho. Trocou algumas vezes de título para a então nova iniciativa – uma feira que poderia chamar-se Primavera dos Livros. (BARCELLOS, 2006, p. 107).

O posicionamento do estande da Casa da Palavra na Bienal – "entre o churros e o banheiro" – é uma constante nos relatos dos editores da Libre. O simbolismo da cena, com as cores e odores que a imagem mental faz produzir, é representativo não apenas do lugar desfavorável que a Bienal permite a Ribas, mas também do lugar que Ribas constrói para si e do modo como sua agência *coletiviza* esse lugar. Nesse sentido, parece-me oportuno indagar "como e em que a localização em um ponto (inseparável de um ponto de vista) do espaço físico (e a presença no referido ponto) pode afetar a representação que os agentes têm de sua posição no espaço social e, portanto, de sua própria prática. (BOURDIEU, 2013, p. 135-136). É nesse terreno que Ribas forja sua *tomada de posição*, em dupla acepção: a construção simbólica e política desse lugar – no qual incidem oposições do tipo dentro/fora, limpo/sujo, perto/longe – lhe ajuda a desconstruí-lo, instituindo a enorme distância entre o local que esse editor de perfil profissional e fatura intelectual *quer* ocupar e aquele que ele efetivamente *pode* ocupar nesse território cindido.

Nas etnografias que realizou na Feira do Livro de Frankfurt, Sorá (2003) analisa o modo como a distribuição espacial dos estandes, países e línguas expressa as hierarquias que constituem o mercado editorial internacional no período contemporâneo. Respeitadas as proporções, tal questão pode ser colocada para eventos de menor alcance como as Bienais brasileiras. A preponderância do fator *dinheiro* na definição do tamanho e da posição dos estandes, à luz das diferenças no acúmulo de capital econômico entre as empresas do setor editorial, sugere que "o lugar e o local ocupados por um agente no espaço físico apropriado constituem excelentes indicadores de sua posição no espaço social" (BOURDIEU, 2013, p. 134).

Não deixa de ser revelador que a controversa cartografia das Bienais reflita, em certo grau, a cartografia das livrarias, sobretudo das grandes redes, onde os livros *best-sellers* das grandes editoras ocupam os espaços de maior destaque. Também aqui, é a capacidade econômica das editoras que instaura os regimes de visibilidade dos produtos e dos produtores. Assim, para compreender a insatisfação de Ribas, não se pode ignorar o componente de metonímia da Bienal: é o efeito *permanente* (simbólico e político) dessa presença *circunstancial* que explica a resposta coletiva que nasce nesse momento e dá origem à Primavera. A escolha do nome e da data é significativa da oposição que o grupo pretende instituir com relação à Bienal do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), realizada em pleno outono.

Tomando em conta a solução encontrada por Ribas e suas colegas, lembremos que "[...] uma parte da *inércia* das estruturas constitutivas do espaço social resulta do fato de que elas estão inscritas no espaço físico, e só podem ser modificadas à custa de um *trabalho de transplantação*, de uma mudança das coisas, e de um desenraizamento ou de uma deportação das pessoas – operações necessariamente custosas. (BOURDIEU, 2013, p. 134)". Ora, a iniciativa não passou despercebida pelo mercado editorial brasileiro e configurou, para alguns, uma atitude de enfrentamento a suas instituições dominantes. Em entrevista, uma das editoras ativas nesses primeiros momentos da Primavera relata as resistências encontradas:

> Então a gente fez a primeira Primavera no Rio, debaixo dessas críticas todas do mercado, porque o Sindicato achava que eles é que tinham que representar a gente, mas não representavam; as livrarias achavam que a gente não podia vender direto, que a gente tinha que vender através das livrarias, mas eles não vendiam nossos livros, eles não estavam lá; e a Bienal achava que a gente tinha que participar da Bienal, mas não dava nenhuma condição financeira e de visibilidade, nem nada que favorecesse a gente. Então foi assim, uma fincada de pé, sabe? E foi muita briga, foi muito desgastante.[1]

Feitas as primeiras interlocuções, a organização do novo evento ficou a cargo de um pequeno grupo de profissionais do mercado editorial, formado sobretudo por mulheres. Nos relatos dos editores presentes no evento, as duas articuladoras mais citadas são Martha Ribas e Camila Perlingeiro, que acabava de voltar de um mestrado em Nova York e assumia o braço editorial da empresa da família, a Pinakotheke. Também formaram parte da comissão organizadora Daniela Duarte, sócia da editora e livraria Folha Seca; Isabel Bisker, da Nau; e Isabela Marcatti, que trabalhava na Editora 34.

Na Prefeitura do Rio de Janeiro, o grupo encontrou o apoio de Ricardo Macieira, à época diretor do Instituto Municipal de Arte e Cultura (RioArte), e que um mês após a realização da Primavera foi empossado Secretário Municipal das Culturas (AGÊNCIA, 2001). Esse patrocínio redundou na entrada da Primavera dos Livros no calendário oficial de eventos da cidade, o que ajudou a garantir sua longevidade e sua regularidade anual. Os apoiadores privados dessa primeira edição do evento foram a Bradesco Seguros, a gráfica Donnelley Cochrane, a distribuidora de papel Rilisa e o Jockey Club Brasileiro, em cujas dependências a feira foi realizada.

A realização do evento no bairro Jardim Botânico também respondia ao desejo desses editores de fincar raízes num lugar mais central da cidade, pelo menos se comparado à Bienal, realizada no Riocentro. Com entradas a R$ 2 (a da Bienal foi de R$ 6 naquele ano), a presença do público superou a expectativa da organização. “Nunca vi tanto paulista rindo”, brincou, em entrevista, um dos editores cariocas presentes, tendo observado que, para as editoras de São Paulo

[1] Entrevista ao autor sob condição de anonimato. Rio de Janeiro, 9 de setembro de 2015.

que tinham dificuldade de emplacar seus títulos nas livrarias da cidade, as compras do público do Rio valeram a viagem[2].

O êxito da Primavera pode ser, em parte, atribuído a uma divulgação involuntária: dias antes do evento, a Associação Estadual de Livrarias do Rio de Janeiro lançou uma carta pública queixando-se dos descontos (de 20% a 40%) que as editoras dariam na Primavera, como contrapartida do apoio da Prefeitura. Para a entidade, tratava-se de "concorrência desleal", além de configurar "uso de recursos públicos para fins privados" (BERTOL, 2001, p. 22). Em resposta, os editores e a Prefeitura afirmavam que o objetivo do evento era formar leitores, o que reverteria positivamente na cadeia do livro.

No catálogo coletivo da Primavera, publicado para a ocasião, o grupo paga um tributo conciliador, referindo-se ao livreiro como agente "fundamental neste imenso universo da produção cultural. Sem estes parceiros que atuam nos lugares mais distantes, seria impossível fazer chegar o livro nas mãos do leitor". Afirmam, ainda, ter com a Primavera o objetivo de alimentar "no público o prazer de frequentar uma livraria e encontrar neste espaço um lugar de lazer" (PRIMAVERA, 2001, p. 117).

Nos dois anos seguintes, a Primavera foi realizada no Armazém, na região do Cais do Porto. Em seguida, voltou por dois anos ao Jockey Club, para, finalmente, se estabelecer em 2007 nos jardins do Museu da República (o Palácio do Catete), onde a feira permaneceu até 2016[5]. Em São Paulo, em contrapartida, o evento teve realização descontínua e peregrinou por vários locais (Centro Cultural São Paulo, OCA, Biblioteca São Paulo, Praça Dom José Gaspar, Parque Villa Lobos), a depender do apoio conquistado na ocasião.

O número de expositores, especialmente na Primavera carioca, aumenta em relativa consonância com o crescimento da própria Libre – que atualmente possui cerca de 125 associadas. Das 58 editoras participantes da primeira Primavera, 22 permanecem entre as afiliadas. Tal relação numérica apresenta pequenas distorções, já que nem todas as associadas participam ano a ano, e uma

---

[2] Entrevista ao autor sob condição de anonimato. Rio de Janeiro, 5 de novembro de 2013.

parte dos estandes é ocasionalmente ocupada por editoras não filiadas à entidade[3].

A análise das listas de editoras participantes da Primavera e das associadas à Libre permite compreender o perfil que vai se consolidando na entidade no decorrer do tempo. Na lista de expositores da primeira feira, quando a entidade ainda não existia formalmente, podem-se identificar dois grupos que paulatinamente deixariam de fazer parte do coletivo: as universitárias (Edusp, Senac Rio, Ed. UFRJ, Ed. Unesp) e as editoras de ciências humanas mais antigas (Perspectiva, Jorge Zahar, Hucitec). Outras, de existência recente, vão deixando o agrupamento por questões de interesse ou desavenças; outras fecham (como é o caso da Duas Cidades e, mais recentemente, da Cosac & Naify); outras, ainda, são compradas por outras empresas – perdendo, assim, o caráter de "independente" no sentido que se tornou o oficial da entidade.

Seria difícil aventar as causas por que cada editora deixa o coletivo, mas podem-se traçar hipóteses. No caso das universitárias, é provável que o agrupamento das "independentes" tenha deixado de fazer sentido como instância representativa, dado que a Abeu (Associação Brasileira de Editoras Universitárias), nascida no final dos anos 1980, hoje agrupa mais de cem editoras. Ainda que ocasionalmente participem da Primavera sem ser associadas, as editoras universitárias brasileiras foram beneficiadas pelas ações da Abeu, com seus estandes coletivos em grandes feiras nacionais e internacionais, e pelas várias feiras do livro universitário que começaram a proliferar em todo o país nos últimos anos – a Festa do Livro da USP, uma das maiores, estava já em sua terceira edição no ano em que a Primavera teve início. Quanto àquelas que poderíamos anacronicamente chamar de "independentes" velhas de guerra, elas também se beneficiaram das feiras de livros acadêmicos. Ademais, é plausível supor que, dado o tamanho de seus catálogos e o grau de profissionalização (à moda antiga) a que chegaram, a filiação à Libre lhes traria poucos benefícios[6].

---

[3] Extraído de: <http://libre.org.br/editoras>. Acesso em: 11 jul. 2018; *Primavera dos Livros: Catálogo*. Rio de Janeiro: s.e., 2001.

O sentimento de (a)filiação que os jovens editores da Primavera possam manter para com os selos clássicos é razão necessária, porém não suficiente para a manutenção de vínculos duradouros dessa espécie. Além disso, a permanência de casas mais estabelecidas na Libre encontrou poucas chances de se efetivar num momento no qual o processo de fabricação do grupo ainda não estabeleceu aquelas bases metacríticas que, mais tarde, poderiam moldar discursos de justificação que as tornassem "independentes". Naquele momento, e talvez ainda hoje, a "independência" à brasileira carrega uma conotação de juventude e empreendedorismo que provavelmente não encontra eco na sensibilidade dos herdeiros que, no máximo, tiveram de renovar suas empresas familiares.

Há que se considerar, ainda, a importância da interação entre sócios como modo de socialização, profissionalização e aprendizado de ofício para os recém-chegados ao mercado. Nesse sentido, entende-se por que são as editoras de fundação mais recente as principais responsáveis por engrossar as fileiras da Libre ano a ano. Beneficiadas por tal interação e pelas oportunidades de visibilidade comercial, elas provavelmente encontram no grupo uma acolhida que dificilmente teriam nas agremiações mais antigas do espaço editorial brasileiro. Esse fator deve ser igualmente levado em conta para explicar outras duas frações relevantes para o crescimento da entidade: as editoras situadas fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo (que, entretanto, ainda são minoria no grupo) e as editoras vinculadas aos partidos ou movimentos sociais, para as quais tampouco a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o SNEL são âmbitos favoráveis ou desejados de representação e socialização.

Tais considerações, que dizem respeito, sobretudo, aos cálculos de custo-benefício, não nos eximem nem de considerar a coexistência de várias editoras da Libre nessas outras entidades, nem de pôr na balança as movimentações dos agentes que passam pela via das afinidades pessoais, estéticas ou ideológicas. Tampouco se devem ignorar os diferentes papéis assumidos pelos editores dentro da entidade: funções de liderança; participação menos ou mais ativa nos debates sobre a existência do grupo; auxílio nas tarefas de organização dos eventos; ou simplesmente a extração de benefícios econômicos e simbólicos. Por trás de uma lista supostamente coesa de editores mancomunados, com bases

programáticas compartilhadas, é preciso enxergar os variados graus de adesão e engajamento às densidades intelectuais e políticas que a Libre logra produzir no espaço editorial brasileiro na última década e meia.

4 Independentes, pequenos, novatos

No início, um dos princípios da Primavera era que os próprios editores cuidassem dos estandes, de modo a ter contato direto com os leitores. Com o tempo, e à medida que várias das associadas cresceram e se consolidaram como negócio, essa presença para alguns foi se tornando insustentável ou inconveniente. Hoje, boa parte das editoras participantes enviam funcionários ou representantes comerciais para cuidar dessa tarefa. Nesses casos, os editores comparecem ao evento só para participar da Assembleia da Libre e dos lançamentos. Outros sequer comparecem. Tal como nas Bienais, este aspecto se mostra como um princípio de diferenciação entre os expositores da Primavera: os editores que cuidam do próprio estande configuram um ponto intermédio entre os *ausentes-ausentes* (aqueles que delegam a tarefa a terceiros, dado que não podem ou não querem se ausentar de suas atividades profissionais) e os *ausentes-presentes* (aquelas lideranças que não permanecem no estande porque estão circulando no evento, zelando por sua concretização).

Outro princípio da concepção original era que os estandes tivessem tamanhos iguais e que a posição de cada um seria definida por critérios aleatórios, ou seja, que a capacidade econômica das editoras não interferisse em sua visibilidade, gerando formas de competição interna, como ocorre na Bienal. Com o passar do tempo, tornou-se claro que o evento abarcava desde pequenas editoras recém-chegadas à Libre, com alguns poucos títulos, até editoras como a Autêntica e a Cosac & Naify, associadas cujos catálogos, em anos recentes, já passavam da casa do milhar. Resolveu-se, então, que o estande poderia ter até o dobro do tamanho padrão. Também definiu-se que editoras menores poderiam compartilhar estandes, dividindo os custos da participação. Por exemplo, na Primavera carioca de 2015, que teve 97 estandes, três deles foram

compartilhados por duas empresas, ao passo que outras 15 editoras ocuparam dois lotes cada uma.

Em vários momentos, tais questões atravessaram as discussões sobre decisões práticas referentes à organização da Primavera, mas também como algo que põe em xeque o próprio escopo de representatividade da Libre. Afinal, se um dos objetivos é dar visibilidade ao catálogo das pequenas e médias, e ao mesmo tempo favorecer sua profissionalização e o crescimento de seus negócios, até que ponto uma editora em expansão, em vias de tornar-se grande, pode permanecer na entidade? De certo modo, o adjetivo "independente" se estabelece nesse espaço como categoria conciliadora: já não se trata de pensar as editoras do grupo com base no tamanho da estrutura empresarial, do catálogo ou do faturamento. O critério de pertencimento se desloca para variáveis qualitativas, que dizem respeito à autonomia do editor, à sua aposta cultural, à sua contribuição para a bibliodiversidade. A discussão se traslada, assim, para questões de afinidade e afinamento que o agrupamento vai tentando objetivar.

Mas não é de modo simples ou pacífico que o adjetivo "independente" se consolida como marcador identitário do grupo. Extremamente reveladora é a leitura de uma matéria d'*O Globo* sobre a primeira edição da Primavera, ocupando a primeira página inteira de seu suplemento cultural:

> Será a primeira edição de um filhote de Bienal do Livro que, no fundo, no fundo, pode perfeitamente ser chamado de independente, pequeno ou novato. Mas só pelos simples mortais. Os editores, que faturam entre R$ 50 mil e R$ 500 mil mensais, desdenham com veemência esses adjetivos.
> – É difícil chegar a um consenso – vai logo avisando Alberto Schprejer, da Relume Dumará. – O que nossas editoras têm em comum é o tratamento diferenciado dado aos produtos. Nós não negamos o comercial, nós queremos vender. Por isso não podemos ser considerados independentes. Independentes do mercado nós não somos.
> Martha Ribas, da Casa da Palavra, concorda. Mas aproveita para dar uma alfinetada nas concorrentes comerciais, que, às vezes – ela garante – chegam a lançar um título por dia:
> – Fazemos livros bons, não qualquer livro. Trabalhamos de forma diferente, mais artesanal. Pensamos a edição de uma maneira nova. (DE LUCA, 2001, p. 1).

Naquele contexto inaugural da Primavera, o adjetivo "independente" ainda não circulava em referência direta aos processos de concentração empresarial do

setor, que se tornariam mais agudos só nos anos seguintes. Esse não era, pelo menos, seu sentido mais corrente. As notícias que vinham de outros países onde, naquele momento, já se sentiam os efeitos dos oligopólios transnacionais não pareciam tão ameaçadoras. Quando o livro de Schiffrin foi lançado pela Casa da Palavra, o mercado brasileiro ainda era descrito como relativamente alheio a tais processos, dado seu isolamento linguístico. Na fala de Schprejer, por exemplo, o adjetivo "independente" não tem nada a ver com esse processo e se aproxima do que o músico Tiago Araripe chama de "uma atitude de quem quer suprimir o real, reinventando o mundo e imaginando-se viver numa dimensão à parte, alheio e imune ao sistema" (apud VAZ, 1988, p. 10).

Naquela mesma reportagem, a jornalista d'*O Globo* segue engajada em tomar a contenda classificatória como fio condutor do relato:

> É uma discussão sem fim. [...] Desde a primeira reunião, na qual decidiram formar uma liga de editores, eles criaram duas comissões: uma para organizar a feira do livro – que, se tudo der certo, será anual – e outra para definir os maiores entraves ao sucesso de suas editoras diferentes (quase todos aceitam o termo, então ficamos combinadíssimos assim). É, não por acaso, a chamada Comissão de Identidade [...]. (DE LUCA, 2001, p. 1).

Para além do tom irônico da matéria – como se a jornalista quisesse fazer chacota da disputa classificatória, dando a ela um caráter de trivialidade ou de simples estratégia distintiva –, o texto mostra que já se encontram vigentes, nos rituais fundacionais da Libre, as duas questões centrais que ela teria de enfrentar a partir de então. A primeira é a definição do conceito de "independente". O próprio nome escolhido para a entidade (Liga Brasileira de Editoras) é um indício de que, ao contrário do que ocorreu na maioria das coletividades hoje agrupadas na AIEI, o "independente" não era um ponto pacífico. É provável que ainda não o seja. A segunda questão tem a ver com o caráter profissional e comercial das editoras assim identificadas. Ora, o rompimento original com a Bienal nem de longe pode ser considerado uma heresia de negação do mercado. Pelo contrário, denota a luta por espaços justos, condições equitativas de concorrência com as empresas maiores (tanto no mercado público como privado) e chances reais de alcançar públicos mais amplos. Ainda que as

questões metacríticas de base se encontrem ainda vigentes, aos poucos a Libre logra estabelecer uma espécie de consenso operacional, por força tanto de seus debates internos como de sua inserção nas discussões de escala supranacional, no âmbito da AIEI.

5 Políticas da independência

Embora os fundadores da Libre não concordassem sobre serem ou não "independentes", sua pulsão gregária certamente deriva de uma percepção de *interdependência*. Sua instituição como entidade jurídica, em 2002, visava atender certos requisitos legais para a realização da Primavera, que segue sendo sua principal vitrine, mas também respondia ao desejo de criar uma instância estável de diálogo e representação.

Os principais esforços da primeira gestão foram garantir a continuidade da feira, angariar apoios e montar a estrutura básica da entidade. Outra providência foi criar um canal de comunicação interna entre os sócios, um grupo de e-mails que segue ativo. Dada a dispersão geográfica das editoras afiliadas, essa é uma ferramenta importante de interlocução entre os sócios, sendo também o principal canal de diálogo do corpo administrativo da Libre com os afiliados. Esse grupo virtual tem uma função essencial de troca e aprendizado sobre o *métier*, porque possibilita o contato entre as editoras já consolidadas e aquelas mais recentes. Ademais, promove o contato dos editores com os repertórios de ação que concernem à entidade e a assimilação de um vocabulário político que, pelo menos idealmente, é comum a todos os afiliados.

Quadro 1 – Histórico de gestões da Libre

2002-2003	Presidente: Camila Perlingueiro, Pinakotheke (RJ)
	Vice-presidente: Aluizio Leite Neto, Editora 34 (SP)
2003-2005	Presidente: Angel Bojadsen, Estação Liberdade (SP)
	Vice-presidente: Cristina Warth, Pallas (RJ)
2005-2007	Presidente: Araken Gomes Ribeiro, Contra Capa (RJ)
	Vice-presidente: Mary Lou Paris, Terceiro Nome (SP)
2007-2009	Presidente: Renata Farhat Borges, Peirópolis (SP)
	Vice-presidente: Gláucio Cunha Cruz Pereira, Quartet (RJ)
2009-2011	Presidente: Cristina Warth, Pallas (RJ)
	Vice-presidente: Eliana Sá, Sá Editora (SP)

2011-2013	Presidente: Haroldo Ceravolo Cereza, Alameda Editorial (SP)
	Vice-presidente: Gláucio Cunha Cruz Pereira, Quartet (RJ)
2013-2015	Presidente: Haroldo Ceravolo Cereza, Alameda Editorial (SP)
	Vice-presidente: Gláucia Gonçalves, UniDuni (MG)
2015-2017	Presidente: Raquel Menezes, Oficina Raquel (RJ)
	Vice-presidente: Joana Monteleone, Alameda Editorial (SP)

Fontes: Elaborado pelo autor com informações da Libre e entrevistas com os editores.

A partir da segunda gestão, a Libre lança-se às três principais frentes de sua atuação pública: a interlocução com agentes da política setorial e do governo; a visibilidade comercial de suas associadas; e a interlocução com seus pares internacionais e a importação de cosmologias do "independente". O variado conjunto de ações realizadas pela Libre nesses primeiros anos rende a ela um ganho de visibilidade: rapidamente, outras entidades setoriais e a imprensa cultural a reconhecem como um novo *player*. A realização da Primavera, com o chamariz dos descontos, torna-se também um momento oportuno para a entidade instituir seu nome no vocabulário de seus públicos.

Em 2003, a Libre começa a travar contatos com o poder público e com as entidades setoriais (PUBLISHNEWS, 2003a). A CBL, juntamente à Associação Nacional de Livrarias (ANL) e à Associação Brasileira de Difusão do Livro (ABDL), convida a nova entidade para fazer parte de uma comissão de estudos chamada "Fomento e Desenvolvimento do Mercado Editorial". Em agosto, Bojadsen escreve um artigo no Caderno 2, do jornal *O Estado de S.Paulo*, convocando livreiros, editores e distribuidores a discutir a proposta da lei do preço fixo. Ressalta que o tema está em discussão na Libre e defende a solução francesa, que deu força de lei à matéria, enquanto no Brasil ainda se tratava de um acordo de cavalheiros que poderia ser colocado em risco "por defensores de um liberalismo puro" (BOJADSEN, 2003, p. D10).

Quanto às interlocuções com o Estado, a Fundação Rui Barbosa, vinculada ao MinC, chama a Libre para uma mesa redonda com o então secretário nacional do livro e leitura, o poeta Waly Salomão. No mês seguinte, foi a vez do ministro da Educação, Cristovam Buarque, convocar as entidades setoriais para conversar sobre as políticas do ministério relacionadas ao livro e à leitura. Durante a reunião,

> [...] a Libre [...] declarou que o formato do atual Literatura em Minha Casa é um aviltamento ao catálogo nacional, pois todas as editoras se esforçam em produzir livros com qualidade gráfica e editorial para depois haver o empobrecimento do produto para as classes desfavorecidas. (PUBLISHNEWS, 2003b).

Em setembro, os "libreiros" enviam uma carta ao ministro para reclamar do resultado da seleção de obras para o programa. O argumento era que, ao contrário do que sugeriam os diálogos entre os editores e o Ministério, as compras seguiam concentradas num pequeno número de grandes editoras:

> [...] não se pode admitir a adoção de políticas públicas que privilegiem os grupos empresariais mais poderosos e não assegurem o correto funcionamento do mercado, principalmente num campo (o da difusão do saber através do livro) que deve primar pela diversidade de propostas. (BOJADSEN; MAIA, 2003).

Em tom conciliatório, a carta reconhece as "dificuldades que uma nova administração encontra para, em poucos meses, mudar os sistemas e os hábitos sedimentados por anos de práticas moldadas em posturas mercantilistas e concentradoras", e aposta que "prevalecerão doravante os novos valores inerentes a um governo que defende a transparência como princípio basilar e o combate a favorecimentos ilegítimos" (BOJADSEN; MAIA, 2003).

O desdobramento desse episódio figura como um dos maiores êxitos políticos da entidade: no ano seguinte, o ministério decide não lançar o programa, mas em 2005 ele volta com critérios mais favoráveis às pequenas e médias editoras. Se em 2003 o edital acabou contemplando apenas 14 empresas, em 2005 são 60 as editoras que figuram na lista. Dos 300 títulos selecionados, 49 eram de afiliadas à Libre (PUBLISHNEWS, 2005).

Dos documentos da Libre dirigidos a membros do poder político, destaca-se a "Carta aberta aos futuros Deputados, Senadores, Governadores. E ao futuro Presidente da República" (WARTH; SÁ, 2010), por ocasião das eleições de 2010. Nesse documento, propõe que "a produção da cadeia do livro deve ser tomada como uma prioridade de governo e Estado, porque seu papel será estruturante na consolidação dos grandes projetos nacionais", e recomenda providências relativas à regulação do mercado editorial, concessão de incentivos

e isenções fiscais às editoras e livrarias "independentes", adoção do preço único do livro, limites à atuação de empresas estrangeiras no setor, etc. (WARTH; SÁ, 2010). Uma versão desse documento foi divulgada em 2011, com o título *Um programa em defesa da bibliodiversidade*, dirigido à Ministra da Cultura e ao presidente da Fundação Biblioteca Nacional, desta vez assinado por dirigentes da Libre, da ANL e da Câmara do Livro do Estado Rio Grande do Sul.

Vários "libreiros" se queixam de não terem avançado em conquistas importantes para a entidade, como o preço fixo. Alguns atribuem esse fracasso à falta de vontade política dos agentes estatais; outros o atribuem à própria dificuldade da Libre em estabelecer consensos políticos fortes para pressionar os governos na direção de políticas favoráveis às afiliadas.

No âmbito da visibilidade comercial, 2003 também foi um ano favorável. Além de assegurar a realização da Primavera dos Livros, "a feira dos arrojados e criativos editores" (BERTOL, 2003, p. 6), no Rio de Janeiro e em São Paulo, a entidade montou um dos maiores estandes da 11ª edição da Bienal do Livro carioca. A esse respeito, um jornalista da *Folha de S.Paulo* avalia: "O afluxo das nanicas reflete a proliferação no mercado editorial de casas de pequenas proporções, mas mais do que isso ilustra a organização dos 'davis' em uma espécie de 'golias'" (MACHADO, 2003).

Ações de visibilidade continuariam nos anos seguintes. Além da Primavera, a participação da Libre com estandes coletivos em outros eventos ofereceu espaços de destaque a catálogos que, sozinhos, não teriam condições de circular tão facilmente. Isso abrange as Bienais do Rio e de São Paulo, feiras internacionais como as de Guadalajara, Havana, Frankfurt, Paris e Montpellier, e as feiras brasileiras de alcance regional, inclusive fora do eixo Rio–São Paulo, onde essas editoras nem sempre conseguem fazer com que seus produtos cheguem.

6 Considerações finais: fronteiras da independência

Na gestão de Angel Bojadsen e Cristina Warth, a Libre oficializou sua participação na AIEI, de cujas hostes ela se tornaria um dos maiores grupos em

número de afiliadas. Segundo Warth, os contatos da Libre com membros da AIEI haviam acontecido antes desses encontros promovidos pela entidade, durante uma das edições do Fórum Social Mundial[4]. Convém fazer, ainda, outro recuo no tempo para recordar que Lidio Peretti representou o Brasil no I Encuentro de Editores Independientes de América Latina, realizado em maio de 2000, em Gijón (Espanha). Nesse encontro, Peretti argumentou:

> Penso que o Editor Independente tem que estar comprometido com o que acontece na sociedade. É independente porque participa nos movimentos sociais e políticos, e não está comprometido com grupos de interesse. O editor independente é aquele que tem sensibilidade para captar, junto com os intelectuais, os problemas da população. (PERETTI, 2000).

A editora Vozes participou de várias edições da Primavera e afiliou-se à Libre, mas retirou-se algum tempo depois – segundo alguns, porque não condizia com os princípios de "independência" da entidade a participação de uma editora ligada à Igreja Católica. A esse respeito, é interessante notar que, à medida que a Libre e suas homólogas de outros países vão se vinculando à AIEI, incorporam sentidos do "independente" que demandam a reacomodação de práticas e representações vigentes antes. No caso brasileiro, a saída da Vozes, em contraste com a permanência de editoras como Perseu Abramo (vinculada ao PT) e Anita Garibaldi (do PCdoB), traz à tona a discussão sobre os sentidos legítimos de "independência".

Gilles Colleu coloca a seguinte questão para definir o *editor independente de criação*: "O capital depende de operadores associativos, de partidos políticos, de movimentos sociais, de estruturas religiosas?" (COLLEU, 2007, p. 76). Ainda que proponha tais restrições como um questionamento para a reflexão, mais do que como uma regra estrita, essa é a visão que se impõe nos documentos coletivos da AIEI. A última declaração da entidade, que resultou no encontro da África do Sul em 2014, assevera que o editor independente "não é o

[4] Cristina Warth, entrevista ao autor. Rio de Janeiro, 4 de novembro de 2013.

órgão de expressão de um partido político, uma religião, uma instituição, uma comunicação de grupo [sic] ou uma empresa" (ABID et al., 2014, p. 4)[7].

Os diálogos transnacionais da LIBRE seguiriam nos anos posteriores ao congresso em Dacar, nos encontros em que a AIEI vai arregimentando cada vez mais editoras e atualizando diretivas comuns. A análise das listas de signatários das declarações conjuntas produzidas nesses encontros deixa claro que a Libre rapidamente concentra a representatividade dos "independentes" brasileiros nesse âmbito internacional de discussão.

Outra frente importante de atuação internacional da Libre é a publicação de textos para a formação intelectual do movimento e a defesa de suas reivindicações perante a sociedade civil e o poder público. Em 2006, ela publica *Proteger o livro: desafios culturais, econômicos e políticos do preço fixo*, de Markus Gerlach, publicado originalmente em 2003 pela AIEI. A edição brasileira conta com um estudo introdutório dos economistas Fabio Sá-Earp e George Kornis, que avaliam os argumentos de Gerlach – considerados por eles, em alguns pontos, enviesados e frágeis – e as possibilidades limitadas de aplicação do preço fixo do livro no Brasil. Não obstante, louvam a iniciativa da Libre de fomentar o debate, já que "as maiores entidades [setoriais] sistematicamente negam aquilo que seus próprios dados mostram – a queda no volume e no valor das vendas – e comportam-se, via de regra, com a fidalguia do nobre esmolambado que tudo perde, menos a pose" (SÁ-EARP; KORNIS, 2006, p. 10).

No ano seguinte, a entidade publica a tradução ao português do livro de Gilles Colleu, *Editores independentes: da idade da razão à ofensiva?*, lançado um ano antes, também pela AIEI. Ambos os livros, principalmente o de Colleu, ajudam a incorporar repertórios de ação política e justificação simbólica gerados na Europa em diálogo com as outras realidades nas quais a noção de editor "independente" se instaura.

O conteúdo do Estatuto que a entidade produz em 2008 revela a incorporação dos mandamentos da AIEI e de seus intelectuais. No artigo 3º, a Libre assume como missão "preservar a bibliodiversidade no mercado editorial brasileiro por meio do fortalecimento do negócio da edição independente" e se

propõe a agir pelo "fortalecimento das empresas editoriais independentes" e pela "criação de políticas públicas em favor do livro e da leitura" (LIBRE, 2008). Já no artigo 9º, estabelecem-se as condições para tornar-se associado:

> 1. Ser editor independente, não ligado a grandes corporações
> 2. Ser empresa idônea
> 3. Não contratar trabalho infantil
> 4. Adotar práticas empresariais socialmente responsáveis em relação a todos os seus públicos
> 5. Estar afinado com a missão e a visão da entidade
> 6. Não ter no catálogo nenhum título que faça a apologia do racismo, do fascismo, do sexismo e da pedofilia ou de qualquer outra forma de violência ofensiva aos Direitos Humanos
> 7. Aspirar e trabalhar pelo fortalecimento de sua empresa como negócio
> 8. Comprometer-se com a ação em prol do coletivo. (LIBRE, 2008).[8]

O primeiro item desse *checklist* mostra, como discuti antes, que a importação de ideias exige reacomodamentos e adaptações, que aqui se manifestam por cortes seletivos na definição de editor "independente", tornando-a mais abrangente do que aquela estabelecida pela AIEI. É assim que o agrupamento efetua o *laisser-rester* de casas ligadas a partidos políticos, movimentos sociais e ONGs. Por essas e outras é que também o sétimo tópico desse receituário deve ser lido com reserva: afinal, o que significaria fortalecer uma editora como negócio quando se pensa nessas editoras para as quais – pelo menos em termos ideais – essa questão não se colocaria?

Não se trata, aqui, de imputar incoerência entre os princípios defendidos pelas duas entidades, mas de problematizar os processos pelos quais as ideias gestadas em escala internacional – com a participação dos próprios "libreiros" – logram impregnar-se na realidade local sem o prejuízo dos princípios que originalmente presidiram a formação e a consolidação do grupo, e que de algum modo se mostraram capazes de preservar sua coesão. Para dizê-lo em outros termos, emprestados de Raymond Williams (1979), caberia interrogar os modos pelos quais essas diferentes formações culturais, que são os agrupamentos de editores "independentes" ao redor do mundo, operam intervenções singulares na "tradição seletiva" do grupo em seus processos de institucionalização.

De outra perspectiva, essa maleabilidade com que as diretivas da AIEI se incorporam às da Libre traz à tona o problema mais geral dos agenciamentos intelectuais e políticos de corte transnacional ou translocal. Tal como os modernismos, comunismos e ambientalismos (para ficar apenas em três exemplos conhecidos, e de proporções bem mais amplas), essa "Internacional dos Editores Independentes" encontra condições distintas de infiltração em cada contexto: espaços editoriais em maior ou menor grau de institucionalização e diferenciação; distintas culturas políticas e modos de se relacionar com o campo do poder; e diferentes desafios culturais, econômicos e políticos (que vão desde países altamente escolarizados e com democracias consolidadas àqueles onde os editores ainda se debatem com a falta crônica de leitores e com mecanismos de censura e perseguição).

O modo como os editores integram essas ideias cosmopolitas – que viajam sem seus pretextos e sem seus contextos, ou apenas com fragmentos deles – às suas intervenções políticas e intelectuais depende sobremaneira dos pretextos e contextos a que eles respondem no chão de suas atividades, relações, condições e privações cotidianas.

Referências

ABID, Nouri et. al. *Declaração Internacional dos Editores e Editoras Independentes 2014:* para manter viva e fortalecer juntos a bibliodiversidade. Paris: Aliança Internacional dos Editores Independentes, 2014.

AGÊNCIA Estado. Rio tem novo secretário de cultura. *O Estado de S.Paulo*, 26 set. 2001. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,rio-tem-novo-secretario-de-cultura,20010926p8609>. Acesso em: 19 abr. 2016.

ANDRADES, Marcelo Ferreira de. *Do claustro à universidade*: as estratégias editoriais da Editora Vozes na gestão de Frei Ludovico Gomes de Castro. 362f. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

BARCELLOS, Marília de Araujo. *O sistema literário brasileiro atual:* pequenas e médias editoras. 159f. 2006. Tese (Doutorado em Letras). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

BERTOL, Rachel. Livrarias criticam os descontos da Primavera. *O Globo*, 20 out. 2001, p. 22.

_____. Alegria, união e suor. *O Globo*, Prosa&Verso, 27 dez. 2003, p. 6.

BOJADSEN, Angel. A questão da lei do preço fixo. *O Estado de S.Paulo*, 8 ago. 2003, Caderno 2, p. D10.

BOJADSEN, Angel; MAIA, Eny. *Carta da LIBRE ao Ministro da Educação Cristovam Buarque.* 2003. Disponível em: <http://www.abrelivros.org.br/home/index.php/pnbe/5323-carta-da-libre-ao-ministro-cristovam-buarque>. Acesso em: 10 maio 2016.

BOURDIEU, Pierre. Une révolution conservatrice dans l'édition. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, v. 126-127, mar. 1999.

BOURDIEU, Pierre. Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado. *Estudos Avançados*, v. 27, n. 79, 2013.

BRÉMOND, Janine; BRÉMOND, Greg. *L'édition sous influence*. Paris: Liris, 2002.

CAMINHA, Adolpho. *Cartas litterarias*. Rio de Janeiro: Typ. Aldina, 1895.

COLLEU, Gilles. *Editores independentes*: da idade da razão à ofensiva? Rio de Janeiro: Libre, 2007.

COZER, Raquel. Casa reformulada. *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 22 fev. 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/153300-painel-das-letras.shtml>. Acesso em: 15 abr. 2016.

DE DIEGO, José Luis. *La otra cara de Jano*: una mirada crítica sobre el libro y la edición. Buenos Aires: Ampersand, 2015.

DE LUCA, Isabel. A vez dos diferentes. *O Globo*, Segundo Caderno, 9 out. 2001, p. 1.

DISCEPOLO, Thierry. *La trahison des éditeurs*. Marselha: Agone, 2011.

DOMÍNGUEZ, María Eugenia. *Les éditeurs indépendants au Chili (2000-2005):* Un développement contemporain des industries culturelles. 317f. 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Université de Montréal, Montréal Canadá, 2010.

FOLHA de S.Paulo. Os donos do livro. *Folha de S.Paulo*, Mais!, 12 mar. 2006, p. 4.

HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil:* sua história. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2012.

LEGENDRE, Bertrand. Concentración, independencia y diversidad editorial. *Comunicación y Medios*, n. 27, 2013.

MACHADO, Cassiano Elek. A maiúscula Bienal das minúsculas. *Folha de S.Paulo,* 15 maio 2003.

MEIRELES, Mauricio. Cheirinho de alecrim. *Folha de S.Paulo,* Ilustrada, 2 abr. 2016. p. C4.

MUNIZ JR., José de Souza. Os sentidos da produção cultural independente: usos e abusos de uma noção instável. *Parágrafo*, v. 4, p. 107-116, 2016.

PERETTI, Lidio. [Sem título]. In: *Actas del Primer Encuentro de Editores Independientes de América Latina,* Gijón-España, 25 y 26 de mayo de 2000. Paris: BID-Fondation Charles Leopold Mayer, 2000.

PRIMAVERA dos Livros [Os Editores]. Ao leitor. In: _____. *Primavera dos Livros:* Catálogo. Rio de Janeiro: s.e., 2001, p. 117.

PUBLISHNEWS. Libre em alta. *Publishnews*, 28 mar. 2003a. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/materias/ 2003/03/28/17700-libre-em-alta>. Acesso em: 18 abr. 2016.

PUBLISHNEWS. Todos em Brasília. *Publishnews*, 23 maio 2003b. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/ materias/2003/05/23/17605-todos-em-brasilia>. Acesso em: 18 abr. 2016.

PUBLISHNEWS. PNBE 2005: Sessenta editoras selecionadas. *PublishNews*, 20 set. 2005. Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/materias/2005/09/20/20491-pnbe-2005-sessenta-editoras-selecionadas>. Acesso em: 10 maio 2016.

RIBAS, Martha; SILVEIRA, Julio. Apresentação à edição brasileira. In: SCHIFFRIN, André. *O negócio dos livros:* como as grandes corporações decidem o que você lê. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

SÁ-EARP, Fabio; KORNIS, George. Proteger o livro: Quem tem medo do lobo mau?. In: GERLACH, Markus. *Proteger o livro:* desafios culturais, econômicos e políticos do preço fixo. Rio de Janeiro: Libre, 2006.

SAPIRO, Gisèle (Dir.). *Les contradictions de la globalisation éditoriale*. Paris: Nouveau Monde, 2009.

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

SCHWARCZ, Luiz. Eu também sou filho do Jorge Zahar. *Blog da Companhia*, 29 jul. 2010. Disponível em: <http://www.blogdacompanhia.com.br/2010/07/eu-tambem-sou-filho-do-jorge-zahar/>. Acesso em: 10 maio 2016.

SILVEIRA, Ênio. Livros que movem o mundo. In: FERREIRA, Jerusa Pires (Org.). *Ênio Silveira.* São Paulo: Edusp/Com-Arte, 2003.

SORÁ, Gustavo. *Traducir el Brasil:* una antropología de la circulación internacional de ideas. Buenos Aires: Libros del Zorzal, 2003.

STRECKER, Marcos. Alfaguara aposta em livros de grife; Ediouro foi responsável por maiores movimentações. *Folha de S.Paulo*, 20 set. 2006, p. E4.

_____. Projeto de editora global lusófona está em xeque. *Folha de S.Paulo*, Ilustrada, 20 jun. 2009, p. E5.

SZPILBARG, Daniela. *Las tramas de la edición mundializada:* transformaciones y horizontes del campo editorial en Argentina (1998-2013). 377f. 2015. Tese (Doutorado em Sociologia). Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 2015.

THOMPSON, John B. *Mercadores de cultura:* o mercado editorial no século XXI. São Paulo: Ed. Unesp, 2013.

VAZ, Gil Nuno. *História da música independente*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

WARTH, Cristina; SÁ, Eliana. *Carta aberta aos futuros Deputados, Senadores, Governadores.* E ao futuro Presidente da República. 19 ago. 2010. Disponível em: <http://musaeditora.com.br/artigos/libre-carta-aberta-aos-futuros-deputados-senadores-governadores-e-ao-futuro-presidente-da-republica/>. Acesso em: 21 fev. 2016.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura.* Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Currículo do autor

José de Souza Muniz Jr. é professor e pesquisador no Departamento de Linguagem e Tecnologia do CEFET-MG. É doutor em Sociologia, mestre em Ciências da Comunicação e bacharel em Comunicação Social–Editoração pela Universidade de São Paulo (USP). Fez estágio de investigação doutoral na Universidad Nacional de Quilmes (UNQ, Argentina) e estágio pós-doutoral no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Estadual do Ceará (UECE). E-mail: jmunizjr@gmail.com.

[1] Essa discussão encontra-se desenvolvida em Muniz Jr. (2016).
[2] No título original em inglês, *The Business of Books*, o subtítulo é ligeiramente diferente: *How the International Conglomerates Took Over Publishing and Changed the Way We Read*.
[3] A Scipione havia sido comprada pela Ática já em 1983, e a compra de ambas pelo Grupo Abril incluiu, no início das negociações, a francesa Havas-Vivendi, que se retirou da transação.
[4] Expressão com a qual o escritor Adolfo Caminha (1867-1897) se referiu aos editores num artigo originalmente publicado em 1894 (CAMINHA, 1895, p. 147-156).
[5] A edição de 2017 foi realizada na Casa França-Brasil, na região da Candelária. Vale lembrar também que, a partir de 2015, o evento deixa de se chamar Primavera dos Livros e se torna Primavera Literária.
[6] A Zahar, por exemplo, passou a engajar-se em outras formas de agrupação – por exemplo, nas diretorias do SNEL e no estande compartilhado com a Companhia das Letras nas Bienais do Livro. Um editor da Libre comentou, em entrevista, que Jorginho Zahar decidiu não permanecer por achar que sua editora era grande demais para o coletivo. Quanto à participação na Bienal, vale lembrar, para além das conveniências comerciais e da afinidade dos catálogos, a afinidade pessoal entre Schwarcz e a família Zahar (ver: SCHWARCZ, 2010).
[7] A versão do documento em português, supracitada, traduz equivocadamente a expressão "grupo de comunicação" (termo que consta nas versões em espanhol e inglês) por "comunicação de grupo".
[8] Extraído de: <http://libre.org.br/site/estatutoLibre>. Acesso em: 10 maio 2016.