



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**A TRADUÇÃO LITERÁRIA ESPECIALIZADA E AS PRÁTICAS EDITORIAIS
BRASILEIRAS: VALORIZAÇÃO E DINAMIZAÇÃO DO FUNDO DE CATÁLOGO
DAS EDITORAS**

João Pedro Moura Alves Fernandes

Rio de Janeiro/RJ
2022

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**A TRADUÇÃO LITERÁRIA ESPECIALIZADA E AS PRÁTICAS EDITORIAIS
BRASILEIRAS: VALORIZAÇÃO E DINAMIZAÇÃO DO FUNDO DE CATÁLOGO
DAS EDITORAS**

João Pedro Moura Alves Fernandes

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Orientadora: Profa. Aline Frederico

Rio de Janeiro/RJ
2022

A TRADUÇÃO LITERÁRIA ESPECIALIZADA E O FUNDO DE CATÁLOGO DAS EDITORAS

João Pedro Moura Alves Fernandes

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Aprovado por



Prof. Dr^a. Aline Frederico orientadora

Documento assinado digitalmente

gov.br

Mário Feijó Borges Monteiro
Data: 21/04/2022 19:47:45-0300
Verifique em <https://verificador.jfi.br>

Prof. Dr. Mário Feijó Borges Monteiro



Prof. Dr^a Isabel Siqueira Travancas

Aprovada em: 20/04/2022

Grau: 9,5

Rio de Janeiro/RJ
2021

CIP - Catalogação na Publicação

FF
363t
Fernandes, João Pedro Moura Alves
A tradução literária especializada e as práticas editoriais brasileiras: valorização e dinamização do fundo de catálogo das editoras / João Pedro Moura Alves Fernandes. -- Rio de Janeiro, 2022.
104 f.

Orientadora: Aline Frederico.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Bacharel em Comunicação Social: Produção Editorial, 2022.

1. Tradução literária. 2. Fundo de catálogo. 3. Produção editorial. 4. Estratégias editoriais. I. Frederico, Aline, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

FERNANDES, João Moura. **A tradução literária especializada e as práticas editoriais brasileiras: valorização e dinamização do fundo de catálogo das editoras**. Orientadora: Aline Frederico. Rio de Janeiro, 2022. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Produção Editorial) — Escola de Comunicação, UFRJ. 104p.

RESUMO

O foco deste trabalho de conclusão de curso consiste no estudo de práticas editoriais acessíveis para editoras brasileiras de pequeno e médio porte que compreendem a importância de um fundo de catálogo sólido para a sustentabilidade dos seus negócios, por um lado, e que percebem a relevância da tradução literária especializada para a composição desse extrato dos seus portfólios, por outro. A investigação, organizada em sete capítulos, baseia-se em levantamentos de dados originários de pesquisas de mercado, em considerações críticas-analíticas autorais e em entrevistas feitas junto a dois agentes do mercado ligados à tradução literária e/ou à edição de tradução. Desse modo, o objetivo que se pretende alcançar é o de fomentar e fundamentar a atividade de profissionais que enxergam na interface entre autoria, tradução e mercado uma oportunidade para a criação e a consolidação de valores editoriais.

Palavras-chaves: Práticas editoriais; Tradução literária especializada; Fundo de catálogo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS, PANORAMA ATUAL E TENDÊNCIAS FUTURAS	15
2.1 Primeiros antecedentes históricos	15
2.2 Outros antecedentes históricos	19
2.3 Concentração de mercado e internacionalização	24
2.4 As vendas online e o e-book	25
2.5 O vertiginoso presente	28
2.6 A economia internacional da tradução.....	31
3 COMPOSIÇÃO DE CATÁLOGO, DINÂMICA DE CAPITALIS, ESTRATÉGIAS DE CONSOLIDAÇÃO	39
3.1 Editoras literárias independentes entre grandes conglomerados de comunicação....	41
3.2 O fundo de catálogo	45
3.3 Propensão ao fundo de catálogo	46
3.4 Fundo de catálogo e mercado tradicional	48
3.5 Fundo de catálogo e ambiente digital	52
3.6 O <i>boom</i> do fundo de catálogo durante a pandemia	55
4 TRADUÇÃO LITERÁRIA, UM CAMPO ESPECIALIZADO?	57
4.1 Divisão do campo	59
4.2 A via do meio	62
4.3 Sistema de capitais	67
4.4 Parceria com editores literários especializados	71
4.5 O caso da Editora 34	72
5 ENTREVISTA COM CIDE PIQUET, EDITOR DA 34	74
6 ENTREVISTA COM PAULO HENRIQUES BRITTO, TRADUTOR E PESQUISADOR DE TRADUÇÃO	84
7 CONCLUSÃO	97
REFERÊNCIAS	101

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico	1	–	Analfabetismo no Brasil de 1750 a 2020.....	17
Gráfico	2	–	Índice de municípios brasileiros com ao menos uma livraria.....	21
Gráfico	3	–	Participação das livrarias no mercado.....	22
Gráfico	4	–	Participação das vendas online no mercado.....	22
Gráfico	5	–	Faturamento do mercado editorial ano a ano.....	23
Gráfico	6	–	Volume e valor de vendas durante a pandemia.....	29
Gráfico	7	–	Classificação das línguas de partida.....	32
Gráfico	8	–	classificação das línguas-alvo.....	33
Gráfico	9	–	Produção do setor – traduções.....	34
Gráfico	10	–	Variação cambial do Real em relação ao Dólar.....	37

1 INTRODUÇÃO

Vige, entre os agentes da comunidade científica, um longo consenso acerca da dificuldade — quando não da impossibilidade — de se estudar um certo cenário quando se está imerso nele. Ao modo de um mantra, repete-se o axioma: o distanciamento é um pressuposto para uma análise clara. Nesse sentido, não ignoramos a dificuldade de se realizar, no início desta segunda década do século XXI, um estudo de viés simultaneamente especulativo e propositivo dentro de um dos campos disciplinares daquilo que convencionamos chamar de ciências sociais aplicadas, o da Comunicação Social — e, mais especificamente, dentro do setor de Produção Editorial, cuja interface com campos disciplinares das ciências humanas e das linguagens artísticas é inolvidável. O que buscaremos fazer, para tentar contornar os obstáculos que se nos impõem, é apresentar um conjunto de ponderações iniciais acerca da nossa posição — biográfica e intelectual, inclusive — e do nosso contexto sócio-político-econômico antes mesmo de, propriamente, defender a nossa hipótese sobre um tema que consideramos fundamental para pensar a sobrevivência de negócios editoriais no Brasil hoje: o emprego de traduções literárias especializadas como estratégia de valorização e dinamização do fundo de catálogo das editoras.

O recorte temático que perseguimos e a hipótese que pretendemos desenvolver em nosso Trabalho de Conclusão de Curso, certamente, derivam do amálgama de diferentes inquietações pessoais — as quais, às vezes, por apontarem para direções opostas, chegam a soar conflitantes entre si. Por um lado, reconhecemos como fundante um interesse de longa data: o de abrir uma nova casa editorial, fazendo valer os anos de aprendizado na Escola de Comunicação, em uma graduação cuja excelência na formação de profissionais e pesquisadores do livro é nacionalmente reconhecida. Por outro lado, reconhecemos que nossa dedicação a atividades específicas, nas esferas profissional e acadêmica, nos levou a concentrar a atenção, antes pulverizada pelo vasto conjunto de afazeres do cotidiano de uma editora, a uma tarefa em particular do negócio editorial: a tradução literária. Por um lado, com a aspiração de construir uma casa editorial, expandimos o nosso horizonte de interesse para agregar todo um espectro de atividades e temas que, ao fim e ao cabo, são intrinsecamente ligados e formam uma cadeia de agenciamentos que vão do autor ao leitor, passando por revisores, editores, impressores, transportadores, distribuidores, livreiros etc.; por outro lado, reduzimos nosso foco e construímos um repertório de leituras específicas e especializadas no decorrer dos nossos estudos de tradução, os quais temos desenvolvido no âmbito da nossa graduação na Faculdade de Letras da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), do nosso mestrado

no Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade da mesma universidade (PPGLCC/PUC-Rio) e, por fim, do doutorado no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGL/UERJ), onde produzimos uma pesquisa na linha de Teoria da Literatura e Literatura Comparada que envolve a tradução e a crítica da obra do poeta modernista estadunidense William Carlos Williams.

Decerto, a nossa dupla formação sempre implicou, de diferentes maneiras e com diferentes resultados, uma mistura de aspirações estéticas, conceituais e acadêmicas ligadas à criação literária com aspirações produtivas, pragmáticas e empresariais ligadas ao negócio editorial e livreiro. Essas duas esferas se interpenetram naturalmente no mercado editorial brasileiro — o qual, afinal de contas, é um dos mercados ligados ao negócio de bens culturais e patrimônios simbólicos, de modo que abrange a criação de valores imateriais e a comercialização de valores materiais. Apesar da profissionalização do setor e da concomitante ultraspecialização das suas etapas de trabalho, processos relativos ao estabelecimento de uma lógica produtiva recente e possivelmente passageira¹, não esquecemos que uma editora lida, necessariamente, com questões comerciais e financeiras tanto quanto com problemas estéticos, culturais e conceituais.

No percurso da nossa biografia, as aspirações ligadas à criação literária têm-se organizado em torno da problemática da tradução de textos artísticos altamente especulativos, de teor experimental e/ou vanguardista. Para desenvolver o presente estudo, no entanto, buscamos relativizar os debates linguísticos, estéticos, sociais, filosóficos etc. que têm informado nosso ponto de vista, assim como evitamos focar em obras com o grau de inventividade artística que vem atraindo nossa atenção ao longo dos últimos anos. Nosso objetivo, assim, é abordar a relevância da tradução *lato sensu* em seu histórico protagonismo no mercado editorial brasileiro — que tradicionalmente convive com uma proporção estatisticamente muito alta de obras traduzidas em relação ao total de títulos publicados e ao volume de exemplares vendidos — para, só então, discutir perspectivas sobre a posição estratégica da tradução literária *stricto sensu* na montagem dos catálogos das editoras. Por concebermos o estudo numa espécie de interface entre interesses pessoais, acadêmicos e mercadológicos, não poderíamos deixar de abordar, ao longo do nosso texto, as trocas que já ocorrem entre agentes autônomos que buscam especialização, academia e mercado, bem como as trocas potenciais entre essas instâncias — trocas que, a despeito de serem conhecidas e de

¹ Como Roger Chartier alerta, em *A aventura do livro: do leitor ao navegador* (1999), autor, editor, distribuidor são profissões recentes cuja separação remonta à formação de uma indústria do livro, e não é necessário retornar no tempo para lembrar o aspecto comum desses diferentes ofícios.

terem os seus benefícios usufruídos diariamente no setor, julgamos serem ainda pouco exploradas.

Em que pese o aspecto pessoal das motivações que nos direcionaram à abordagem do tema tradução-edição-mercado, acreditamos na sua relevância pública. Como já dissemos, faz-se necessário expor os preceitos e as perspectivas ideológicas que estruturam nosso trabalho porque essas informações permitem aferir a coerência e a pertinência — quando não a arbitrariedade e a impertinência — dos pensamentos e dos argumentos que o sustentam. No sentido oposto, faz-se necessário pontuar que experiências pessoais e fundamentos ideológicos de base individual podem até explicitar um lugar de fala, mas não bastam para justificar nem sustentar o mérito do trabalho. O desenvolvimento de um projeto de pesquisa sobre a importância da tradução literária especializada para a consolidação do fundo de catálogo das editoras brasileiras, pela própria natureza dos seus objetos — a tradução literária especializada, em oposição à tradução profissional comercial/genérica; o fundo de catálogo, em oposição tanto aos lançamentos quanto aos best-sellers do catálogo; as editoras brasileiras, em oposição às estrangeiras —, não poderia dispensar a proposição de estratégias aplicáveis em diversas situações e capazes de produzir futuro para o setor, de modo que precisam ser lastreadas por perspectivas imparciais derivadas da observação objetiva do funcionamento desse mesmo setor.

Assim, como estratégia de contraponto pragmático à pulsão especulativa deste trabalho, tendo em vista construir um critério de coerência entre as ideias que se defendem e a realidade dos fatos, acreditamos ser imprescindível que se delineie um panorama do setor editorial em questão e das suas tendências, não obstante provisórias. Trata-se, na nossa opinião, de um preceito para projetar modos de inserção, para conceber futuros e para imaginar sobrevivências. Ainda que a composição de um panorama setorial e a identificação das linhas de força latentes nele não sejam tarefas realizadas de maneira exaustiva — por não serem a finalidade do trabalho, mas tópicos de caráter instrumental —, é preciso fundamentar as impressões e os posicionamentos críticos que se pretendem estabelecer com dados de uma realidade fatídica e com expectativas factíveis. As ferramentas que consideramos mais efetivas no sentido de realizar nossas pretensões foram, por um lado, as pesquisas de mercado² e, por outro, a elaboração de entrevistas com dois profissionais respeitados pela qualidade da longa atuação

² Faremos referência, em vários momentos do trabalho, às mais importantes pesquisas sobre o mercado editorial brasileiro, a saber: 1. a Retratos da Leitura (Instituto Pró-Livro), realizada de quatro em quatro anos; 2. a Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (até 2020, Câmara Brasileira do Livro e Sindicato Nacional de Editores de Livros; após 2020, Nielsen Books), realizada anualmente; e 3. Censo do Livro Digital (Câmara Brasileira do Livro, Sindicato Nacional de Editores de Livros e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas), realizado em 2017.

que vêm desempenhando no mercado. A análise dos dados empíricos quantitativos recolhidos das pesquisas, ponderada com a análise dos dados qualitativos recolhidos dos relatos profissionais, talvez seja o método que mais nos aproxime de uma visão imparcial que avalize as impressões pessoais que vínhamos construindo para justificar a importância do nosso tema. Por essa razão, dedica-se o próximo capítulo (capítulo 2) do trabalho à apresentação e à análise de dados que possam iluminar os antecedentes históricos e o estado atual do mercado editorial brasileiro e da tradução literária nesse mercado.

Na sequência, traçado um panorama do mercado e do espaço das traduções, e tendo em vista os desafios para a atuação bem-sucedida de novas casas editoriais independentes, de pequeno e médio porte, optamos por discorrer, no capítulo 3, sobre a construção do catálogo das editoras. Demonstramos especial interesse por aquelas estratégias ligadas ao fundo dos catálogos — estrato em que repousam as obras publicadas há mais tempo, sem perspectiva de venda rápida, fato que leva os editores das grandes casas a descuidar desses projetos cujas vendas descrevem uma trajetória chamada de “cauda longa” para priorizar soluções imediatamente mais lucrativas — por entender que as estratégias focadas em lançamentos e/ou best-sellers respondem a processos de produção-tradução-vendagem de outra ordem, inevitavelmente com projeções de fluxo de caixa em prazo mais curto, sem necessariamente contribuir para a sobrevivência de longo prazo de editoras pequenas e médias, como é o nosso objetivo. No processo, inevitavelmente, defendemos o fundo de catálogo de uma editora como uma camada ativamente pensada de um portfólio, não como a sobra de projetos malsucedidos.

De modo a afunilar ainda mais o espectro temático do trabalho, passaremos a abordar, no capítulo 4, aquilo que chamamos de tradução literária especializada. O conceito de tradução especializada, geralmente associado ao de tradução técnica (e, portanto, à tradução não literária), se funde em nosso trabalho ao conceito que lhe seria oposto (o da tradução propriamente literária) para representar um tipo de tradução efetuada por especialistas, os quais geralmente — mas nem sempre, como veremos — estão associados à academia, onde costumam dispor de cargos ou bolsas que lhes permitem desenvolver estudos estéticos e literários mais pormenorizados acerca das obras que traduzem em prazos mais adequados a uma tradução literária que se possa chamar de especializada. Destacamos, também, o papel tático das traduções literárias no planejamento dos fundos de catálogo com a apresentação de um brevíssimo estudo de caso ilustrativo: o da Editora 34. Esse estudo, de certa forma, introduz a entrevista do capítulo seguinte.

Esta monografia é dedicada a abordar práticas editoriais e práticas tradutórias que, apesar de serem diariamente concatenadas no trabalho de inúmeros profissionais do mercado editorial brasileiro, costumam ser pouco relacionadas no âmbito acadêmico. Apesar da quantidade de textos sobre tradução produzidos em diversos Programas de Pós-Graduação em Letras e em Literatura no Brasil, há pouco material que relacione as pesquisas sobre tradução e qualidade com as pesquisas sobre editoração e estratégias editoriais, bem como faltam trabalhos que tratem o tema da tradução literária especializada sob a perspectiva do mercado nacional. É nesse sentido que optamos por realizar duas entrevistas com agentes representantes das duas atividades endereçadas — um tradutor especializado e um editor de literatura traduzida —, tendo em vista sanar a deficiência de referenciais teóricos disponíveis, por um lado, e fundamentar nossos argumentos com relatos, ideias e informações de profissionais cujas atuações são reconhecidas e respeitadas, por outro. Além disso, com os relatos de dois agentes do mercado, esperamos dar materialidade às pesquisas mercadológicas comentadas durante a formulação do panorama do mercado.

A primeira entrevista, que constitui o capítulo 5, foi concedida por Cide Piquet, editor da prestigiosa Editora 34 há mais de vinte anos. Efetuamos, por meio dela, um estudo de caso sobre a editoria de tradução na editora, que possui um trabalho exemplar com a tradução literária especializada na composição do seu catálogo. Como não houve a pretensão de investigar todas as suas atividades na casa, focamos as perguntas na sua coleção de maior sucesso: a Coleção Leste, na qual se publicam autores da Rússia e de países do leste europeu, sempre com traduções diretas da língua original realizadas por tradutores especialistas (geralmente docentes pesquisadores das línguas, das culturas-fonte, das obras ou dos autores em questão).

A segunda entrevista, que constitui o capítulo 6 do trabalho, foi concedida por Paulo Henriques Britto, premiado poeta, contista e tradutor literário brasileiro que é também professor universitário e pesquisador. Britto possui um trabalho de destaque no que seria a proposição de critérios para uma avaliação crítica e objetiva da qualidade das traduções — terreno que, por muito tempo, foi dominado por juízos de valor impressionistas e que, na segunda metade do século passado, se tornou alvo de teóricos avessos à ideia de que seria possível estabelecer critérios objetivos, temas discutidos no capítulo 4. Britto avalia, a partir do ponto de vista de alguém que traduziu mais de 120 livros e que trabalha há mais de trinta anos para uma das maiores e mais respeitadas editoras brasileiras, a Companhia das Letras, o papel do tradutor e da tradução literária no mercado editorial.

As considerações finais sobre a trajetória crítico-analítica da monografia, no capítulo 7, fecham o seu círculo investigativo com um balanço do que foi apresentado anteriormente. Sua ideia é tecer breves comentários sobre as entrevistas realizadas, contrastando-os com os dados anteriormente levantados. Como síntese, oferecemos apontamentos de caminhos futuros para a própria pesquisa — direções que merecerão trabalho mais demorado e investigação mais atenta em um futuro próximo.

2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS, PANORAMA ATUAL E TENDÊNCIAS FUTURAS: CONSUMO DE LITERATURA NACIONAL E TRADUZIDA NO BRASIL

Com vistas à fundamentação das nossas análises acerca do espaço da tradução no mercado editorial brasileiro, neste capítulo apresentamos e comentamos dados sobre o mercado nacional, sem deixar de contemplar o espaço transnacional da tradução. Reunimos dados de pesquisas que retratam, em números, as configurações recentes do comércio de livros no Brasil, dos hábitos de leitura da população (ensejando iluminar alguns aspectos da “Leitura, o elemento mais fundamental e misterioso do processo de comunicação” — DARNTON, 2010, p. 12) e do fluxo internacional de traduções, de modo que também possamos ponderar a situação do Brasil dentro de uma indústria cada vez mais globalizada.

Antes de efetuar esse retrato, sobre o qual construiremos argumentos e análises ao longo de todo o restante do trabalho, consideramos importante seguir um breve percurso de antecedentes históricos que consideramos incontornáveis. Como o pesquisador e bibliotecário da Universidade de Harvard, Robert Darnton (2010, p. 12), acreditamos “que qualquer tentativa de analisar o futuro ao mesmo tempo que lidamos com problemas do presente deva ser norteadada pelo estudo do passado”. Da mesma maneira, compartilhamos com o autor a percepção de que:

Retrocedendo às dimensões históricas do meu tema, espero ajudar o leitor a obter um panorama de longo alcance dos problemas atuais. Embora na minha opinião o estudo da história não renda lições que possam ser aplicadas diretamente em circunstâncias do presente, a imersão no passado é capaz de proporcionar uma perspectiva útil para eventos do presente e do futuro. (DARNTON, 2010, p13)

Apesar de acreditarmos na solidez dos dados que recolhemos e na confiabilidade do retrato sincrônico que pintamos com as pesquisas de mercado, optamos também por recolher alguns dados de ordem diacrônica. Isso porque o mercado do livro, como os outros mercados ligados a bens culturais e valores simbólicos, é em grande parte determinado por processos que refletem movimentos sócio-políticos-econômicos de longa duração. Não consideramos razoável, assim, definir apenas numericamente a situação do livro no país, na medida em que ela é a ponta visível de um conjunto de práticas, costumes e valores que os números nem sempre são capazes de refletir.

2.1 Primeiros antecedentes históricos: atrasos infraestruturais, problemas estruturais e obstáculos à formação de leitores

O primeiro antecedente histórico que consideramos fundamental para configurar o ponto de vista deste trabalho, inclusive porque está na origem de todos os outros, é o fato de

que o mercado editorial brasileiro é muito jovem. Antes mesmo de que se possa falar de um sistema editorial nacional, precisamos admitir que a história da impressão no Brasil é muito recente. Durante o período colonial, como aponta Isabel Lustosa em *O Nascimento da Imprensa Brasileira* (2003), em razão de determinações da coroa portuguesa, o Brasil só veio a ser autorizado a contar com maquinário de impressão a partir de 1808. A razão evidente era o receio da metrópole de que houvesse uma circulação clandestina de ideias e uma possível sublevação dos colonos contra a metrópole em busca de independência (ou, simplesmente, de direitos), movimentação hipotética de que o império lusitano tomaria conhecimento com grande atraso devido à distância geográfica e às limitações dos meios de comunicação disponíveis.

Até 1808, ano marcado pela fuga da família real de Portugal para o Brasil em ocasião de conflitos militares no continente europeu, a esta colônia era vedado ter o mínimo fundamental e condicionante de um sistema de produção de livros autônomo. Os passos mais incipientes do (futuro) país em direção à constituição de um mercado editorial próprio não se deveram, assim, a um projeto cultural ou a uma iniciativa privada, mas a uma fuga ocasionada por uma guerra e à conseqüente necessidade de estruturação da colônia para que pudesse ser a nova sede da corte.

O intervalo temporal entre a invenção da prensa com tipos móveis por Gutenberg (1442) e a chegada da primeira prensa ao Brasil (1808) já bastaria para alertar o leitor para a gravidade dos obstáculos antepostos ao desenvolvimento do nosso mercado. Nos territórios que, futuramente, vieram a ser unificados sob a bandeira alemã, onde foi iniciada a revolução gráfica, nota-se já na segunda metade do século XV a multiplicação de autores-editores-livreiros e o surgimento de vendedores comissionados. Nos burgos do território teuto, também se formaram grandes eventos do livro de caráter internacional, como as feiras de Augsburgo, Lípsia e Colônia, nas quais editores, impressores e livreiros de várias regiões compravam, vendiam, trocavam livros e ainda faziam encomendas a fabricantes e fornecedores. A economia desses eventos, desde aquela época, estimulou a consolidação de todo um culto e de toda uma cultura do livro no seio dos burgos e no coração dos comércios modernos.

A invenção de Gutenberg, há de se assinalar, embora tenha disparado uma série de mudanças nos processos ligados ao livro, não chega a configurar o início do sistema livreiro na Europa. Na verdade, ela foi uma das principais facilitadoras do acesso ao produto final desse sistema previamente estabelecido, na medida em que encurtou e barateou sua fabricação.

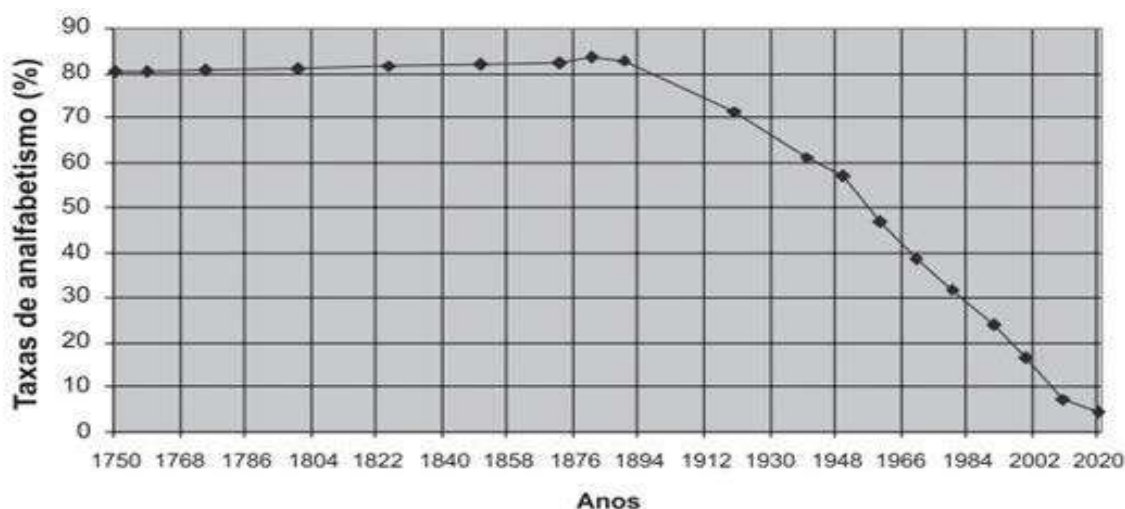
Os efeitos da invenção de Gutenberg foram instantâneos e de alcance extraordinário, pois quase imediatamente muitos leitores perceberam suas grandes vantagens: rapidez uniformidade de textos e preço relativamente barato. [...] De repente, pela primeira vez desde a invenção da escrita, era possível produzir material de leitura rapidamente

e em grandes quantidades. [...] Mas a produção rápida e barata levou a um mercado maior, composto por gente que podia comprar exemplares para ler em particular e que, portanto, não precisava de livros com tipos e formatos grandes: os sucessores de Gutenberg começaram então a produzir volumes menores que cabiam no bolso (MANGUEL, 2001, p. 158-160)

Além da Alemanha, outros países prontamente desenvolveram estruturas de produção de livros em escala, inclusive com vistas à acessibilidade e à popularização do objeto-livro. Antes mesmo do início da colonização da América, já haviam sido idealizados e fabricados livros de bolso. As implicações desses fatos históricos são palpáveis: tanto técnica quanto cultural e economicamente, toda a cadeia de produção e consumo do livro nesses países tendeu a chegar à atualidade bem mais estruturada que a do Brasil, fato que se explicita quando, na segunda metade do século passado, diante do vislumbre de um mercado consumidor rentável em *terra brasillis*, as editoras desses primeiros centros livreiros-editoriais decidem entrar no mercado nacional por meio de aquisições e investimentos diretos, de modo a reconfigurar o cenário local e a incorporar empresas antes regionais a cadeias globais do negócio do livro.

O problema do atraso no surgimento de maquinário e veículos de imprensa no Brasil ainda veio a ser agravado pelo duradouro cenário de analfabetismo estrutural no país. Esse é um dado relevante para pensar o público endereçável do incipiente produto-livro, geralmente importado, que circulava sob restrições e censuras imperiais. Vejamos o gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Analfabetismo no Brasil de 1750 a 2020



Fonte: Marchelli (2006, p. 197).

Quando, em 1808, chegaram ao país as primeiras máquinas capazes de reproduzir em escala conteúdos gráficos, o índice de analfabetismo era superior a 80%. A transferência da corte para o Rio de Janeiro não significou, como se poderia imaginar, uma popularização do livro e dos aparatos de comunicação gráfica, que se mantiveram muito restritos a uma elite numericamente pouco representativa. Na verdade, a faixa de cidadãos analfabetos aumentou até o período da Proclamação da República, quando se iniciou um processo de redução drástica

dessa condição. Nesse sentido, nota-se que, para além de tardia, a estruturação dos primeiros parques gráficos no Brasil não foi acompanhada por um aumento do público endereçável que estimulasse a formação de um sistema editorial regional.

Os índices de analfabetismo no Brasil remetem a outro problema estrutural: a dificultosa trajetória de consolidação de um sistema de ensino. O gráfico anteriormente mencionado parece corroborar o percurso de diversos países ao redor do mundo, para os quais o sistema republicano, originalmente associado aos ideais iluministas — os quais, por sua vez, só se realizariam plenamente em uma sociedade onde houvesse educação universal e pleno acesso aos livros (a tal República das Letras da utopia iluminista) —, esteve na base de projetos de letramento e educação universais. Enquanto muitos países já apostavam em programas de letramento universal e em sistemas nacionais de ensino desde o século XVIII, o Brasil só começa a endereçar o analfabetismo e a iniciar a estruturação de um sistema de ensino abrangente no fim do século XIX.

Do mesmo modo, a despeito da criação de faculdades isoladas a partir de 1808, a primeira universidade brasileira data apenas de 1909 (Escola Universitária Livre de Manaus), e as primeiras com vocação de ensino-pesquisa-extensão datam da década de 1930. Enquanto isso, a universidade mais antiga do mundo (a Universidade de Bolonha, na Itália) já havia sido criada em 1088 e a mais antiga da América do Sul fora criada em 1551 (a Universidade Nacional Maior de São Marcos, em Lima, Peru). O primeiro curso de Letras no Brasil foi aberto em 1933, na então Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Sedes Sapientiae, que em 1946 se tornaria a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Esse é mais um dado relevante para pensar a consolidação de um sistema literário autônomo e especializado — antes, os escritores, críticos e teóricos de literatura brasileiros eram intelectuais autodidatas (como Cruz e Souza), advogados (como José de Alencar), engenheiros (como Euclides da Cunha), médicos (como Joaquim Manuel de Macedo) ou simplesmente egressos de colégios com boa formação.

A discussão acerca desses primeiros antecedentes históricos a que brevemente aludimos remete a um embate teórico de longa data no campo do estético-literário, não apenas do livreiro-editorial, a saber: a discordância pública entre os professores Antônio Cândido e Haroldo de Campos. O primeiro, em sua *Formação da literatura brasileira* (1959), defende que para haver literatura brasileira é necessário haver uma integração de autores, obras e público em um sistema articulado e não aleatório. Essa visão, ao que nos parece, valoriza a percepção da longa inexistência de uma fabricação nacional de livros, da dependência da importação e do seu efeito imediato: o desestímulo à criação local/nacional, que precisava superar entraves editoriais,

financeiros e temporais para que alcançassem, via oceano, as impressoras estrangeiras, voltassem ao solo nacional, e, posteriormente, disputassem público leitor com livros impressos nos mesmos lugares com custo reduzido, tudo isso em um período no qual o livro não era apenas caro, mas considerado um produto de luxo. Haroldo de Campos, em seu *O Sequestro do Barroco na Formação da Literatura Brasileira: O Caso Gregório de Mattos* (1989), mostra-se mais interessado pelo aspecto estético das manifestações literárias e afirma que a formação da literatura brasileira teria sido anterior à indicada por Cândido, pois, para ele, o que estava em jogo era a capacidade de criação artística em linguagem insubordinada aos modelos estrangeiros — ou, pelo menos, em linguagem diferenciada que carregasse traços de uma nova mentalidade ou de uma nova experiência estética condicionada pela localidade/nacionalidade. Ambos, apesar das discordâncias, enxergam a formação da literatura brasileira em um momento muito anterior ao da consolidação de um sistema gráfico e/ou editorial nacional. Esse fato remete, no mínimo, ao atraso da chegada de estruturas editoriais ao país em relação a ele mesmo, às suas próprias demandas artísticas e intelectuais, não apenas a outros países cujo sistema editorial é mais antigo, como vínhamos retratando até aqui.

2.2 Outros antecedentes históricos: obstáculos econômicos, fragilidade sistêmica e conflitos de interesse

Uma segunda bateria de antecedentes históricos que se traduzem em grandes obstáculos para a indústria editorial no Brasil é a instabilidade econômica do país — coirmã, por sua vez, da fragilidade sistêmica do setor. Até recentemente considerado um país agrário e subdesenvolvido, com graves deficiências infraestruturais, as várias crises do período republicano redundaram num mesmo resultado: graves recessões, quando não colapsos, no setor editorial, na medida em que a cultura tende a ser a primeira vítima dos cortes orçamentários, tanto dos familiares quanto dos governamentais.

O Brasil possui um longo histórico de desequilíbrio fiscal e monetário, o qual se manifestou particularmente nocivo ao mercado editorial ao longo do século XX — momento em que se esperava alguma consolidação do setor, diante da queda do analfabetismo, da democratização da educação, da urbanização, da industrialização e do aumento da renda média da população. Os diversos momentos de hiperinflação, por exemplo, limaram a previsibilidade e a possibilidade de os agentes do mercado promoverem investimentos de longo prazo. Consequência do monstruoso endividamento externo deixado pela Ditadura Militar brasileira (1964-1985) e de agravantes cambiais externos, a inflação cresceu de 200% ao ano no fim do

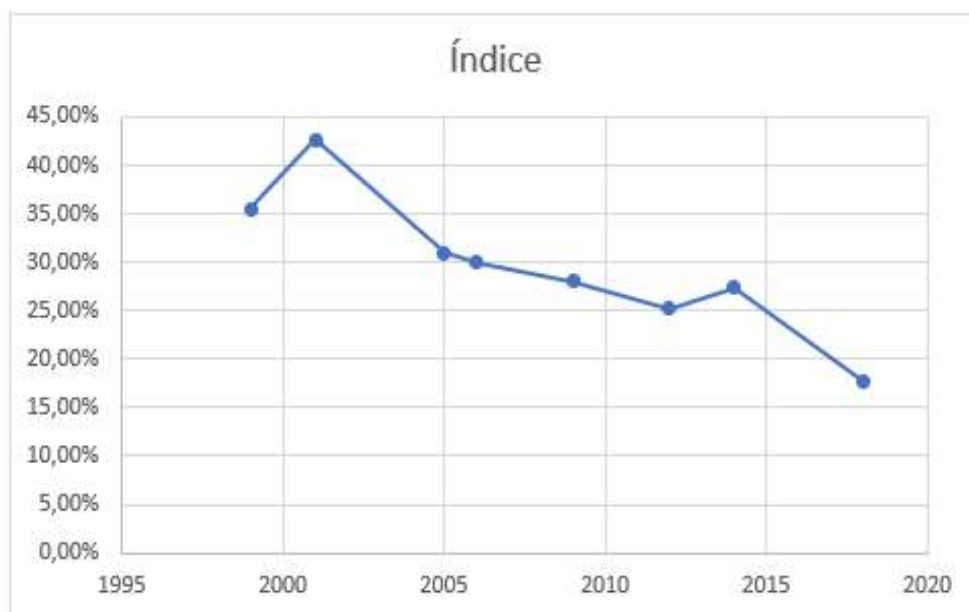
regime ditatorial para 2.000% no governo Sarney (1985-1990), 1.119% no Collor (1990-1992) e 2.500% no Itamar Franco (1993-1994). Entre as décadas de 1980 e 1990, os preços dos livros chegaram a ser reajustados diariamente, assim como os preços dos insumos (papel, tinta, frete) envolvidos no processo de fabricação. A decorrente instabilidade no setor editorial e livreiro não resultou apenas em prejuízos. No curto prazo, lucrou-se muito com métodos desenvolvidos pelas partes envolvidas, quase sempre de maneira unilateral e baseada na sonegação de informações às outras partes. Era comum, por exemplo, que distribuidores não comunicassem a venda de livros para obter lucros com os famosos “overnights” antes de repassar os valores devidos, em um caótico processo cujas consequências para a harmonia entre os agentes se fazem notar até hoje.

Em um setor acostumado a lucrar com a especulação e o tensionamento dos limites da credibilidade das partes envolvidas, à estabilidade trazida pelo Plano Real (1994) precisou ser misturado algum ingrediente capaz de substituir os lucros de curto prazo com os quais os agentes se habituaram. Afinal, nem todos estavam dispostos a adequar-se ao fluxo de caixa normal (ou “novo normal”) do negócio livreiro e às perspectivas de lucro do setor. Na contramão da lógica, ao longo dos primeiros anos de relativa estabilidade após o surgimento do Plano Real, vários negócios ligados à distribuição de livros foram fechados, assim como várias editoras e vários pontos de venda faliram. A Siciliano, maior rede de livrarias do período, sob a alegação de insustentabilidade do negócio, optou por exigir mais desconto das editoras. Assim, com a leniência das editoras parceiras, as margens de desconto do negócio padrão entre livreiros e editores passou para a casa dos 50% do preço de capa dos livros, remodelação que rapidamente se generalizou no mercado. Até hoje, esse patamar não foi revertido, havendo, pelo contrário casos em que as livrarias pedem mais desconto, muitas vezes escamoteados sob outros termos (taxas de enxoval, por exemplo).

Como viemos enfatizando até aqui, são muitos os obstáculos para a cadeia do livro no Brasil. Trata-se de um mercado jovem, com problemas endêmicos do ponto de vista sócio-econômico-cultural, com índices de leitura historicamente baixíssimos em torno de dois livros por ano (a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil de 2016 calculou, naquele ano, uma média de 2,43 livros por cidadã). É razoável imaginar, em um cenário como esse, que não seja grande a proporção de livrarias por habitante. Na verdade, muito se especulou ao longo do tempo acerca de quem teria mais livrarias, a cidade de Buenos Aires ou o país Brasil. Uma pesquisa do IBGE feita em 2018 expõe de modo dramático a situação dos pontos de venda de livros no país. Em 2001, 2.374 municípios brasileiros (apenas 42,7% do total) contavam com pelo menos uma

livraria — um valor já muito baixo, levando-se em conta que os livros são um produto fundamental à educação dos cidadãos, a qual supostamente deveria ser universal, e que também são instrumento de cultura, que deveria ser um direito igualmente universal do ponto de vista da constituição. Em 2018, o dado já previamente dramático assumia contornos trágicos, já que apenas 985 dos 5.570 municípios brasileiros (17,7%) mantinham um estabelecimento do tipo.

Gráfico 2: Índice de municípios brasileiros com ao menos uma livraria



Fonte: IBGE, 2019.

Uma matéria de 2019 publicada na Publishnews resume com o tempero polêmico das manchetes jornalísticas a situação: “IBGE aponta que no Brasil tem mais municípios com videolocadoras do que com livrarias” (IBGE, 2019). Numa época em que as principais fabricantes de aparelhos de vídeo sequer continuam a produzir esses aparelhos, entendendo a guerra com o consórcio televisão-streaming-internet-Youtube uma causa perdida, ainda assim é mais comum encontrar videolocadoras à moda antiga que livrarias no país.

As bibliotecas, aparelho mínimo de acesso ao livro nos municípios onde não há livraria, também têm sido fechadas no país. Em 2014, 97,1% dos municípios tinham biblioteca; em 2018, apenas 87,7% — em quatro anos, 524 municípios perderam suas últimas bibliotecas. Para além do óbvio impacto dessas perdas na cultura do livro e da leitura, cabe avaliar o impacto da progressiva desestruturação do sistema livreiro no país. Segundo apurado na Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, ano-base 2019, realizada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL) em conjunto com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e a Nielsen Books, a participação do canal Livrarias no faturamento do mercado em 2019 era de apenas 41,6%.

Gráfico 3: participação das livrarias no mercado



Fonte: Mendes (2020).

Esses dados, apresentados sozinhos, só poderiam ser interpretados de uma maneira: toda a cadeia do livro no Brasil está em apuros. A livraria e a biblioteca são apenas a ponta do processo, mas a que remunera todas as etapas da produção, as quais são justificadas pela venda do produto final ao consumidor-leitor ou ao estabelecimento-vitrine. Felizmente, há dados que contrabalançam essa mensagem aterradora, como o avanço do comércio de livros online.

Gráfico 4: Participação das vendas online no mercado



Fonte: Mendes (2020).

O ganho percentual de participação das vendas online é praticamente equivalente à perda de participação das vendas físicas. Como antecipamos, no entanto, os contrapesos não são suficientes para converter o cenário devastador. O aumento das vendas online reflete uma tendência secular de todos os setores — até mesmo do setor de alimentação, que hoje já possui uma relevante participação das vendas online —, mas não é capaz de suprir as perdas com os fechamentos das livrarias físicas, o que resulta em números de vendas totais mais baixos.

Gráfico 5: Faturamento do mercado editorial ano a ano



Fonte: Mendes (2020).

A venda on-line colabora para a reestruturação do mercado, mas o espaço das livrarias segue sendo de importância indiscutível. Faz parte do conceito de publicação de um livro o processo de exposição pública dele — o que, historicamente, envolve a visibilidade da sua lombada nas estantes, a possibilidade de folheá-lo livremente, o contato direto e espontâneo. Trata-se de um conjunto de experiências que as livrarias online não resguardam, embora elas ofereçam novas formas de exposição que as livrarias físicas não são capazes de oferecer. Pegar o livro, sentir o seu peso, perceber sua espessura, ver a capa, folhear, ver o índice, ler a orelha e a contracapa, tudo isso favorece uma interação mais impactante do que ler essas informações numa tela. Nas livrarias online, a venda por impulso também funciona, e os métodos de recomendação estão cada vez mais eficientes, mas há uma assimetria muito grande entre grandes e pequenos negócios nesses espaços.

Apesar de tantos senões, trata-se de um setor muito importante, inclusive para sanar a indisponibilidade de espaço para a exposição de livros frente aos gargalos típicos da

distribuição dos livros e, também, da distribuição de livrarias no território nacional. Trata-se, igualmente, de um setor crescente que merece ser explorado com empenho.

2.3 Concentração de mercado e internacionalização

Não poderíamos deixar de mencionar, em nosso levantamento, as principais reconfigurações do setor do livro no período imediatamente anterior ao da popularização das livrarias virtuais de que falamos no subcapítulo 2.2. Nas últimas décadas, saltou aos olhos a progressiva concentração do mercado editorial brasileiro, concentração que também se fez notar no setor livreiro, com a formação de grandes redes de livrarias com enorme capacidade de impor descontos às editoras e aos distribuidores — fato que também ajuda a explicar o desaparecimento de pontos de venda de que falamos no subcapítulo anterior, já que a falência de duas ou três redes representou boa parte da perda de livrarias.

A partir de sua experiência como editor nos Estados Unidos (onde, durante vinte anos, esteve à frente da prestigiosa Pantheon Books), André Schiffrin descreve em seu *O negócio dos livros – como as grandes corporações decidem o que você lê* (2006) o avanço da concentração do mercado editorial em nível global em torno de alguns grupos oligopolistas. Para ele, a tendência é clara: a multiplicação das compras e fusões entre editoras tradicionais está na esteira da formação de grandes conglomerados de comunicação, não apenas editoriais, muitos deles com vocação mais financeira e/ou educacional que propriamente livreira e/ou artística, com diversos desdobramentos no tratamento da literatura. Sua intenção declarada era soar um alerta aos editores do globo sobre as consequências da concentração editorial para a erosão da liberdade de pensamento e da diversidade de expressão, de modo que emprega conceitos como o de “autocensura” para descrever a postura dos agentes que visam à aceitação e à empregabilidade nesse cenário.

Marco importante do processo de concentração no nosso mercado, a entrada de editoras estrangeiras no país remonta a um período não tão próximo. Em 1976, por exemplo, o grupo holandês Elsevier entrou no mercado nacional a partir de uma parceria com a Editora Campus. Por outro lado, o aumento da participação de mercado das editoras internacionais por maneiras não-orgânicas (ou seja, pela compra de outros negócios ou pela fusão) data da virada do milênio. A própria editora Elsevier, chegada em 1976, só vem a comprar as editoras Alegro, Negócio e Impetus a partir de 2002; o Grupo Pearson (Inglaterra), chegou em 1996, adquire a Makron Books apenas em 2000; o Grupo Vivendi (França), que aporta no Brasil em parceria com o grupo Abril em 1999, adquire as editoras Ática e Scipione; o Grupo Prisa-Santillana

(Espanha) entrou no mercado em 2001 com a compra da Moderna e da Salamandra e em 2005 adquiriu a Objetiva. Assim também a Larousse (França), o Grupo Planeta (Espanha), as Edições SM (Espanha), a Almedina (Portugal), a Penguin Books (Estados Unidos), o Grupo Leya (Portugal) e outros mais seguiram esse padrão. Outras aquisições poderiam ser listadas, mas optamos por comunicar apenas algumas das mais relevantes em participação de mercado e mais visíveis do ponto de vista do público leitor — todos esses grupos são muito relevantes internacionalmente e mantêm forte presença nacional, muitos dos quais mantêm grandes estandes, por exemplo, nas bienais do livro de Rio de Janeiro e São Paulo, quando demonstram a pujança das suas capacidades de investimento, execução, estrutura e publicidade.

Não apenas os grupos editoriais estrangeiros entraram no Brasil e adquiriram negócios locais. As editoras nacionais também contribuíram para a concentração do setor. A partir de 1994, por exemplo, a Guanabara comprou a LTC a Forense, a Método, a Santos, a Forense Universitária, a EPU, a Roca e a AC Farmacêutica. A Record adquiriu, a partir de 1997, a Bertrand Brasil, a Civilização Brasileira, a Difel, a José Olympio, a Best-Seller, a Verus, além de fazer uma joint venture com a canadense Harlequin Books — hoje, o Grupo Editorial Record é o maior da América Latina. A Saraiva comprou, a partir de 1998, a Atual, a Renascer, a Solução e a Formato. Quando comprou, em 2008, a Siciliano, em um processo que se tornou um marco da concentração do mercado livreiro em torno de grandes redes de livrarias, ela adquiriu junto as editoras ARX, ARX Jovem, Futura e Caramelo. A Ediouro, a partir de 2002, comprou a Agir, a Relume-Dumará, a Nova Fronteira, a Nova Aguilar e a Desiderata.

Novamente, optamos por não fazer uma listagem completa das compras, fusões e M&A do mercado editorial brasileiro. Nosso intento é apenas retratar o vertiginoso processo de concentração do setor durante as décadas de 1990, 2000 e 2010. Esses movimentos, que resultam em uma saturação do mercado — cada vez mais padronizado, do ponto de vista do tipo de conteúdo publicado, e mais acelerado, do ponto de vista da pressão por publicações e vendas de curto prazo —, tolhem o espaço editorial e livreiro, cada vez mais determinado por poucos executores de uma lógica financeira austera. Agentes que operam sob outra lógica, nesse sentido, acabam ficando marginalizados e condenados à busca de soluções alternativas.

2.4 As vendas online e o e-book

O comércio online no Brasil começa a se tornar uma realidade a partir de 1999, com a popularização da internet discada. Antes, na década de 90, duas gigantes estrangeiras já haviam

colonizado o setor: Amazon e eBay. Ambas tinham o livro como centro do negócio. Essa característica se repete nos primeiros *e-commerces* brasileiros: a Booknet, pioneira nacional, também surge tendo o livro como produto central. Comprada, a Booknet se transformou em Submarino, ainda operante. Desde então, durante muitos anos, o livro se manteve entre as categorias mais vendidas em quantidade de pedidos no e-commerce, tanto no Brasil quanto no exterior. Com a expansão do comércio digital em todos os setores, no entanto, o livro vem sendo ultrapassado por outras categorias de produtos.

Há uma disputa muito importante no e-commerce brasileiro, que cada vez mais se abre à lógica dos *marketplaces* (canais que permitem a venda entre terceiros). Amazon, B2W (Americanas, Shoptime, Submarino), Magazine Luiza (incluindo a Estante Virtual), Mercado Livre e Via Varejo (Casas Bahia, Extra e Ponto Frio) despontam como as maiores do setor, acompanhadas por marcas como Ricardo Eletro, Saraiva, Walmart, Buscapé, Zoom e Cultura. É interessante notar que, dos concorrentes listados, apenas três ainda têm o livro como produto central do ponto de vista do faturamento: Amazon, Cultura e Saraiva. Como os dois últimos players tiveram processos de recuperação judicial e/ou falência decretados nos últimos anos, podemos dizer que, de todos esses, somente a Amazon sustenta o livro como produto estruturalmente relevante. Impressiona que haja uma concentração da quase totalidade do comércio online e do comércio online de livros em torno de tão poucas empresas. Além disso, cabe dizer que a Amazon sequer é uma empresa nacional.

Um dado marcante da reestruturação do mercado editorial e livreiro no seu processo de migração para o universo online foi o desenvolvimento do livro digital. O e-book deu um passo adiante em relação à venda de livros físicos através de comércios online. Mas nem tudo foram flores: o antigo ideal dos livros online se perdeu por labirintos de formatos e aparelhos de leitura pouco consensuais, os quais acabaram sendo malsucedidos do ponto de vista da funcionalidade e da acessibilidade. Foi somente a segunda onda de aparelhos, em que foram desenvolvidos formatos abertos em constante evolução (principalmente o EPUB), a que permitiu a expansão do mercado em torno de estratégias consensuais e mais amplamente acessíveis. Em 2002, as primeiras grandes editoras globais haviam aderido ao ebook (Random House e Harper Collins); em 2007 chegou o leitor de livros digitais Kindle, da Amazon, e em três anos a empresa conseguiu reduzir pela metade o custo do aparelho; em 2010, houve um estouro da venda de livros eletrônicos — naquele ano, o mercado global cresceu 200%.

O livro digital, digitalmente comercializado, é hoje vendido basicamente por um player: a Amazon, que também lidera as vendas entre as livrarias online. Correm por fora outros três

players: Apple, Google e Kobo. A concentração, como se vê, tem mudado de endereço, do físico para o digital, do local/nacional para o estrangeiro. Nenhum desses vendedores é ou tem uma livraria, muito menos uma rede de livrarias. Se o futuro do livro é o ebook, como tanto se alardeou, o futuro depende de algo entre uma e quatro empresas estrangeiras.

A barreira de entrada para novos concorrentes nesse setor é gigantesca. Além dos custos de adquirir um *e-reader* (dado que os smartphones atuais não são aparelhos dedicados e ainda não oferecem experiências de leitura satisfatórias), por parte dos leitores, são altíssimos os custos de licenciamento para que as editoras possam penetrar seguramente no mercado com garantias de proteção de seus conteúdos. O risco de não fazer esses investimentos é entregar o livro ao mercado clandestino. Para sustentar o risco, faz-se necessário investir em livros com alta vendagem, o que acaba por padronizar os conteúdos disponíveis no formato: de modo geral, best-sellers e livros com ciclos de vendas curtos, ou então livros que estavam em domínio público e as editoras decidiram disponibilizar online sem se preocupar com pirataria — afinal, livros em domínio público são facilmente encontrados e não precisam ser pirateados; compra na sua edição quem quiser.

Em 2017, a CBL e o SNEL (Sindicato Nacional de Editores de Livros) realizaram o 1º Censo do Livro Digital com o auxílio da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE). Trata-se do primeiro mapeamento do mercado de livros digitais no Brasil, e ele revelou que o setor respondia por 1,09% do faturamento total das editoras. Sem contar os livros técnicos, didáticos e religiosos, considerando-se apenas o setor de obras gerais, que se comprovou o mais efetivo no comércio de e-books, o digital equivalia a 2,38% do faturamento das editoras. Segundo o censo, em 2016 foram produzidos 9483 títulos, foram comercializadas 2.751.630 unidades e foram faturados R\$42.543.916,16. O acervo total do mercado, naquele ano, somava 49.622 títulos. Participaram da amostragem 794 editoras no país, das quais 294 produziam e comercializavam livros digitais (37%).

Os métodos de pesquisa utilizados no Censo do Livro Digital são questionáveis em vários aspectos. Eles são falhos em relação a compras governamentais, por exemplo, e não abrangem uma parcela importante do mercado de e-books — a dos livros autopublicados. Ainda assim, é uma importante amostragem sobre a relevância dos e-books no setor que mais nos interessa: o de obras gerais. Há que se considerar a pequena participação do formato no faturamento das editoras em 2016. Acreditamos que, se os ebooks tivessem sido percebidos lá atrás como forma de oxigenar o mercado, não como ameaça, as crises que se seguiram poderiam ter sido menos duras. Tanto livrarias quanto editoras se opuseram à inovação — seja por receio

dos players estrangeiros, seja por insegurança quanto à realização dos altos investimentos necessários, seja por falta de recursos humanos preparados para tanto —, e em 2016 ainda havia uma parcela de 63% das editoras ignorando esse mercado que, em 2002, já havia recebido o aporte de grandes conglomerados globais. Diante do avanço inexorável das tecnologias, e em meio a uma crise das livrarias físicas, as editoras brasileiras que continuaram agarradas aos modelos baseados nas compras governamentais e nas vendas em megastores ficaram à deriva e fragilizadas frente ao influxo de capital estrangeiro.

É verdade que

A capacidade de resistência do código à moda antiga ilustra um princípio geral da história a comunicação: uma mídia não toma o lugar de outra, ao menos no curto prazo. A publicação de manuscritos floresceu por muito tempo depois da invenção da prensa móvel por Gutenberg; os jornais não acabaram com o livro impresso; a televisão não destruiu o rádio; a internet não fez os telespectadores abandonarem as suas tevês. (DARNTON, 2010, p. 14)

Contudo, a consciência acerca da capacidade de resistência do código não poderia servir para fechar-se ao pensamento do livro vigente desde, pelo menos, o século XIX — o produto de gráficas, caminhões, estoques, gargalos de logística e distribuição. Enquanto os Estados Unidos amargavam uma queda de 15% da parcela de ebooks no total de unidades vendidas entre os anos de 2015 e 2017, quando a proporção foi de 19% (ROWE, 2018), o Brasil comemorava um fortíssimo avanço de 50%, para só chegar a 6,89% das vendas do mercado em 2016 (CARRENHO, 2017). Assim, quando a crise sanitária mundial acelerou a relação das sociedades com os dispositivos eletrônicos e com a internet, o Brasil foi pego nu como o rei do conto de Andersen.

2.5 O vertiginoso presente: a crise segundo as pesquisas de mercado

Com o advento do plano real no fim do séc. XX, o subsequente encerramento dos ciclos de hiperinflação no país e o desenvolvimento social do início do séc. XXI, o Brasil viveu “o sonho de ser o ‘colosso mundial’” quando, entre 2002 e 2014, “[n]os anos de Lula e Dilma, se tornou o país mais respeitado do mundo e organizou o bloco sul-americano como nunca foi visto antes”, nas palavras de Noam Chomsky (REIS, 2018)³. Houve, de fato, nos anos citados, um período de prosperidade socioeconômica como poucos na história da república,

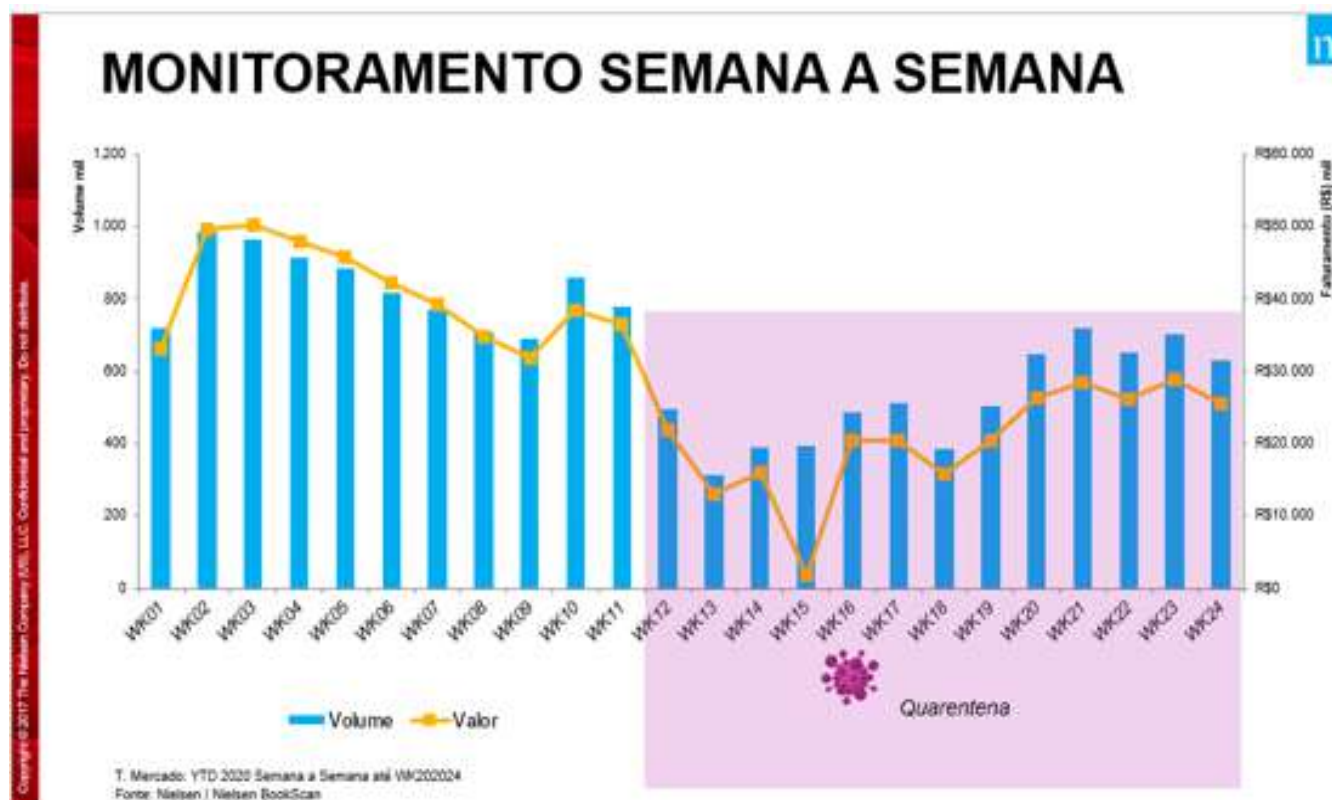
³ A fala foi proferida no contexto do seminário “Ameaças à Democracia e a Ordem Multipolar”, promovido pela Fundação Perseu Abramo em 2018.

especialmente por ter sido um período de crescimento regular associado ao aumento de poder aquisitivo da população em um cenário de inflação controlada e aumento da escolaridade média. O Brasil atraiu investimentos estrangeiros, tendo também sediado alguns dos mais importantes eventos internacionais; exportou cultura (livros, filmes, músicas) e se tornou centro de interesse. O mercado editorial surfou nessa onda. Não obstante, não se sanaram problemas estruturais de que viemos falando no capítulo: após o período de expansão entre 2006 e 2011, quando o faturamento chegou a R\$ 7 bilhões (valores atualizados para 2017), o faturamento do mercado caiu 20% (comparativo 2006-2017), sendo que grande parte das perdas foi concentrada no período entre a deflagração da crise econômica de 2015 e a data do cálculo, 2017.

Em 2015, quando se iniciou uma grave crise político-econômica no país, aquilo que se imaginava aconteceu: as vendas de livros foram duramente impactadas. Desde então, o mercado vem contraindo. Em decorrência de decisões governamentais, um dos setores mais afetados foi o dos livros didáticos, o que evidenciou a relação entre cenário macroeconômico e a cena editorial — não mais por uma implicação de caráter secundário, mas por um clientelismo de que o setor editorial passou a ser dependente. Se, por um lado, o corte de gastos do governo representou grande parte das perdas em termos absolutos, por outro lado a participação das vendas ao governo, proporcionalmente, aumentou (era 23% em 2015, passou para 27% em 2016 e 24% em 2017), fato que explicita como as perdas foram tão graves ou piores em outros setores, como naquele que mais nos interessa aqui: o de obras gerais.

Quando, em 2020, o país foi acometido pela gravíssima crise sanitária da COVID-19 que obrigou as livrarias a permanecerem fechadas e/ou esvaziadas por muitas semanas, notou-se uma convergência de problemas naquilo que poderíamos chamar de uma tempestade perfeita. O setor estava profundamente abalado por um contínuo período de crise, de perda de poder aquisitivo da população, de aumento do desemprego, de perda de livrarias, tudo isso em conjunto com um processo de migração do comércio do livro (e do próprio livro) para o digital — processo que foi vertiginosamente acelerado pelo distanciamento social. Enquanto grande parte dos países passava de um período de estabilidade para um período de crise, o Brasil atravessava de uma crise para outra sem intervalo. Enquanto outros países já estavam mais preparados para o negócio do livro em ambientes digitais, as editoras brasileiras, tirando algumas importantes exceções, ainda não tinham sequer profissionais qualificados para atuar nele e não sabiam explorar estratégias de marketing online há muito conhecidas pelos grandes grupos do negócio. Assim, os agentes que haviam segurado as pontas por anos, desde 2015, agarrados à expectativa de uma recuperação do mercado, se viram sem saídas.

Gráfico 6: Volume e valor de vendas durante a pandemia



Fonte: Mendes (2020).

O mercado editorial sofreu o impacto do fechamento temporário de lojas físicas no país que totalizou uma perda de 8,8% do faturamento em relação a uma base de cálculo já muito prejudicada: o faturando em 2020 foi de R\$ 5,2 bilhões em termos nominais. Desde o auge do processo que representou um tombo da quase totalidade das vendas entre as semanas 11 e 15 (WK11 e WK15 no gráfico acima), no entanto, nota-se uma reversão do movimento.

Durante o isolamento social indicado pela Organização Mundial da Saúde, acredita-se que o livro saltou aos olhos como uma alternativa de entretenimento e autodesenvolvimento quando as aglomerações foram impossibilitadas e o espaço da casa passou a ser disputado pelo home office e pela permanente convivência com o outro familiar. Ainda que tímidas, mudanças se fizeram notar prontamente: em 2020, ano marcado pelo auge dos efeitos negativos das incertezas da pandemia, o subsetor de Obras Gerais registrou aumento de 3,8% nas vendas ao mercado, totalizando um faturamento de R\$ 1,3 bilhão, segundo a mesma Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (ano-base 2020) que havia verificado a perda de 8,8% no mercado do livro como um todo.

No ambiente do isolamento e do fechamento dos negócios físicos à visitação pública, houve um crescimento expressivo das livrarias virtuais, que cresceram 84% em participação no faturamento das editoras, sendo responsáveis por movimentar R\$ 923,4 milhões em 2020.

Ainda que tenha ocorrido por motivos compulsórios, pode-se dizer que a notícia é boa. “Esse retrato mostra a rapidez com a qual o varejo buscou se adaptar em meio ao cenário da pandemia, procurando continuar garantindo a distribuição dos livros aos leitores”, observa o presidente do SNEL (LEAL e RIBEIRO, 2021). As livrarias físicas, por sua vez, perderam 32% de participação. “Apesar de ter sido um ano muito difícil para as livrarias físicas, com a retomada acreditamos nessa recuperação, pois elas são fundamentais para descoberta de novos títulos pelo leitor e para o bom desempenho do mercado como um todo”, destaca o presidente da CBL (LEAL e RIBEIRO, 2021).

A pesquisa indica ainda que as editoras brasileiras produziram 46 mil títulos no ano passado — desse total, 24% de lançamentos (novos ISBN) e 76% de reimpressões (dado importante para pensar, mais adiante, em fundo de catálogo). O número de novos títulos lançados em 2020 (11.295) encolheu 17,4% no comparativo com 2019.

2.6 A economia internacional da tradução

Retratamos, neste subcapítulo, a questão do fluxo de traduções. O conceito pressupõe a relação entre instituições editoriais de pelo menos duas línguas — as quais, geralmente, são naturais de diferentes países ou espaços geográficos. Sendo assim, falamos de relações sociais, comerciais e culturais nacionais e internacionais, ficando as questões linguísticas e estéticas envolvidas na tradução literária reservadas ao capítulo 4.

O espaço da leitura invadiu quase todos os aspectos da vida cotidiana. Seja em *smartphones*, letreiros, anúncios de televisão, etiquetas, as palavras estão por todo lugar. Grande parte das informações textuais que são bombardeadas sobre nós diariamente é material traduzido, e isso não depende de sermos leitores de livros ou não: direta ou indiretamente, todos estamos imersos em um universo de leitura em movimento. Se não somos nós a ler material produzido em outras línguas, recorreremos a operários que leem manuais traduzidos, médicos que leem bulas traduzidas, lideranças religiosas que professam a fé através de textos sagrados traduzidos. A produção tradutória no Brasil é estruturante do seu universo escrito e/ou literário.

Do ponto de vista linguístico geral, são muito significativos os fatos de que somos o único país americano cuja língua oficial é o português e de que é muito reduzido o domínio de línguas estrangeiras entre os brasileiros (segundo pesquisa do British Council e do Instituto de Pesquisa Data Popular, apenas 5% da população do país falava inglês em 2019, principal língua estrangeira entre nós, sendo que apenas 1% dominava a língua de modo fluente). A tradução é uma atividade essencial para a interconectividade do mundo online, mas também para o processo de inserção no mundo globalizado — este que constitui um processo bem mais

duradouro que o de migração para internet, pois envolve a leitura de rótulos traduzidos, o consumo de filmes e bens culturais estrangeiros, a participação no mercado de trabalho etc.

Mais importante que qualquer pesquisa de mercado nacional, o maior repositório de informações acerca da bibliografia mundial da tradução é o *Index Translationum* mantido pela UNESCO em parceria com todos os seus países membro. O *Index Translationum* é uma compilação de dados sobre as traduções publicadas anualmente nos respectivos países. A Biblioteca Nacional do Brasil por muitos anos informou os títulos traduzidos e publicados aqui, de autores de todo o mundo, em todos os gêneros, e assim respectivamente, de acordo com os dados que são solicitados. Em 2022 o Index completa 90 anos de existência, mas há alguns anos ele já não vem sendo atualizado, fato que pode representar uma lacuna de conhecimento irreparável. O Index oferece importantes insights acerca da tradução no Brasil. Observemos, por exemplo, o seguinte gráfico:

Gráfico 7 – Classificação das línguas de partida

CLASSIFICAÇÃO DAS LÍNGUAS DE PARTIDA					
TOP 50 — Idiomas de origem					
1	Inglês	125741	26	Sérvio	5132
2	Francês	222585	27	Grego Moderno (1453 -)	5053
3	Alemão	204425	28	Sérvio-Croata (até 1992)	5002
4	Russo	102588	29	Coreano	4640
5	Italiano	68408	30	Sânscrito	4349
6	Espanhol / Castelhana	53877	31	Eslovaco	4229
7	Sueco	39791	32	Búlgaro	3725
8	Japonês	28970	33	Persa iraniano / Persa moderno	2904
9	Dinamarquês	21137	34	Ucraniano	2858
10	Latim	19599	35	Turco	2838
11	Holandês	19286	36	Croata	2769
12	Grego antigo (até 1453)	17761	37	Moldavo	2550
13	Tcheco	16597	38	Esloveno	2407
14	Polonês	14483	39	Bengali	2246
15	Norueguês	14131	40	Lituano	1980
16	Chinês	13892	41	Yddishe	1608
17	Arabe	12139	42	Macedônio	1587
18	Português	11450	43	Islandês	1558
19	Húngaro	11200	44	Tibetano, central	1548
20	Hebraico	10119	45	Hindi	1496
21	Multilíngue	8738	46	Albanês	1433
22	Finlandês	8486	47	Bielorrusso	1401
23	Catalão	7958	48	Galego	1294
24	Romeno	5521	49	Letão	1266
25	Estoniano	5512	50	Georgiano	1219

Fonte: Index Translationum, 2022.

Nele, observamos as línguas com mais obras traduzidas (línguas de partida). O português, sétima língua em termos de falantes nativos e nona em termos de falantes totais, além de primeira língua do hemisfério sul, é apenas a décima oitava com obras mais traduzidas para outros idiomas, o que por si só já é um dado perturbador. Observemos, sem mais, o seguinte gráfico:

Gráfico 8: classificação das línguas-alvo

CLASSIFICAÇÃO DAS LÍNGUAS-ALVO					
TOP 50 — Idiomas de destino					
1	Alemão	301700	26	Catalão	17972
2	Francês	239884	27	Croata	17927
3	Espanhol / Castelhana	228466	28	Lituano	15388
4	Inglês	154883	29	Arabe	12697
5	Japonês	130628	30	Turco	11905
6	Holandês	111264	31	Persa iraniano / Persa moderno	11105
7	Russo	100650	32	Hebraico	10964
8	Português	78834	33	Bokmål norueguês	9944
9	Polonês	76662	34	Sérvio-Croata (até 1992)	8273
10	Sueco	71204	35	Letão	8151
11	Dinamarquês	64864	36	Albanês	6705
12	Tcheco	64243	37	Islandês	6536
13	Chinês	63084	38	Ucraniano	4597
14	Italiano	59845	39	Indonésio	4303
15	Húngaro	55152	40	Macedônio	3911
16	Finlandês	48311	41	Basco	3902
17	Norueguês	35158	42	Moldavo	3739
18	Grego Moderno (1453 -)	30455	43	Hindi	3535
19	Coreano	28166	44	Galês	3186
20	Búlgaro	27455	45	Uzbeque	2781
21	Sérvio	21258	46	Cazaque	2465
22	Estoniano	20508	47	Galego	2357
23	Romeno	20453	48	Georgiano	2189
24	Eslovaco	19607	49	Armênio	2149
25	Esloveno	18664	50	Bielorrusso	1919

Fonte: Index Translationum, 2022.

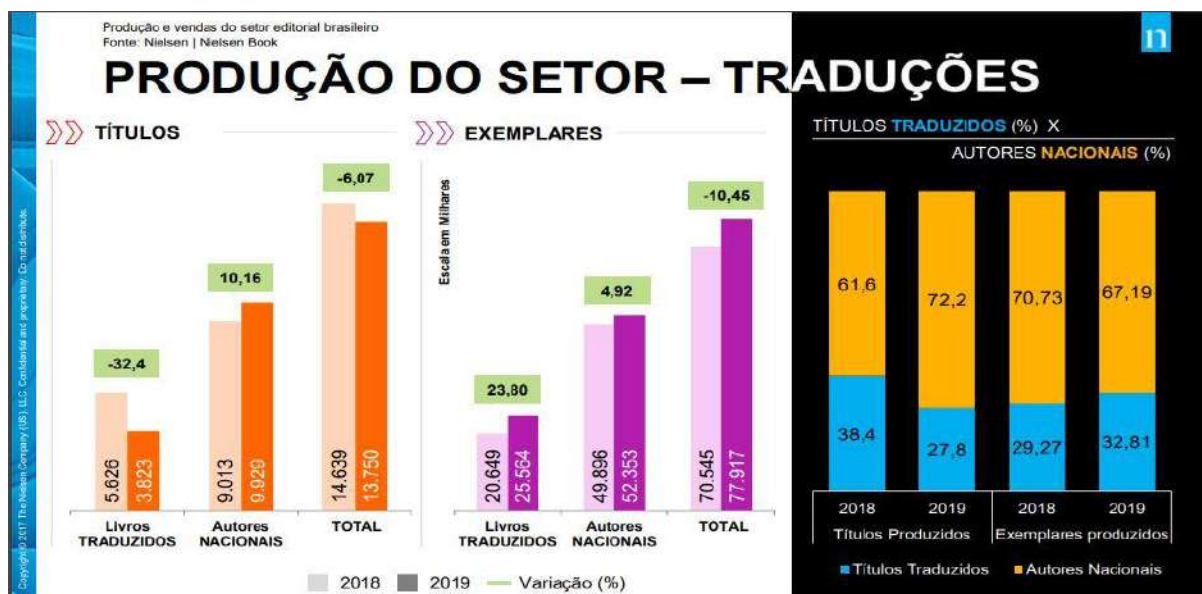
Este último gráfico representa dados sobre as línguas-alvo, as línguas que mais traduzem e importam obras. É impossível desconsiderar as chocantes assimetrias que se explicitam diante dessas que são as informações mais atualizadas do Index. O português, 18ª língua mais traduzida, é a 8ª língua que mais traduz. O inglês, língua mais traduzida (seis vezes mais que a segunda), é apenas a quarta língua que mais traduz (traduz a metade da primeira língua). O sistema mundial das línguas e das traduções é estruturado de modo amplamente desigual, e precisa ser abordado de um ponto de vista crítico capaz de levar em conta uma sociologia da tradução e das trocas linguísticas, pois, nas palavras de Bourdieu: “[...] os linguistas têm razão de dizer que todas as línguas se equivalem linguisticamente; eles erram ao acreditar que elas se equivalem socialmente” (ORTIZ, 2003, p. 153).

Os fluxos desiguais de traduções não podem ser tomados como fatos sem desdobramentos relevantes. Eles pressupõem diferenças em vários níveis — nos papéis da tradução em diferentes línguas, na influência cultural de certos países, na centralidade de certas referências culturais, na solidez de certas indústrias de informação e cultura, no nível de lucratividade e saúde dos sistemas literários, editoriais e livreiros etc. Considerando-se o mercado formal e as regras do campo, as assimetrias também implicam desigualdades financeiras: há muito dinheiro fluindo de línguas tradutorias para línguas traduzidas a título de direitos autorais.

Há, também, muita disputa nas línguas tradutorias no que diz respeito ao público leitor, que transita entre obras nacionais e obras traduzidas muitas vezes sem discernir uma coisa da outra. Não é erro afirmar que, em países como o Brasil, a literatura estrangeira faz parte do cânone nacional e integra o desenvolvimento das representações culturais locais, já que os seus efeitos sobre o conceito de criação literária não podem ser ignorados ou restritos às categorias “estrangeira”/“traduzida”. Essa percepção parece ser respaldada pelos dados revelados pela Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro de 2019⁴, segundo a qual, em média, mais de um terço dos títulos produzidos no país são títulos estrangeiros traduzidos.

Gráfico 9: Produção do setor - traduções

⁴ O dado não foi divulgado na pesquisa de 2020, o que deve ligar um alerta para a perda de continuidade das informações, assim como acontece com o Index Translationum.



Fonte: Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, 2020 (ano-base 2019).

Assim, em termos proporcionais, enquanto os Estados Unidos e a Inglaterra possuem uma proporção de 2 a 4% de livros traduzidos no conjunto de títulos publicados, França e Alemanha de 12 a 18%, Itália e Espanha acima de 20%, o Brasil ronda os 30%. Nota-se a permanência de um mesmo padrão: os títulos costumam fluir das línguas mais centrais para as mais periféricas; quão mais central, mais a língua funciona como intermediária ou veicular para a comunicação entre duas outras línguas (por intermédio do inglês, por exemplo, tem aumentado muito as traduções de obras orientais para o Brasil); quão mais central, maior a variedade de línguas-alvo e a quantidade de livros traduzidos a partir dela.

Estudiosos do campo utilizam conceitos que nos parecem produtivos. Swaan (2001), por exemplo, chamará a principal língua-matriz, o inglês, de língua hipercentral (como o sol, agrega os diferentes astros do sistema de línguas); as doze línguas seguintes em quantidade de falantes (árabe, chinês, francês, alemão, hindi, japonês, malaio, português, russo, espanhol e suaíli), ele chama de línguas supercentrais (faladas por centenas de milhões de pessoas, ou por mais de um bilhão, como no caso do chinês, as quais costumam se comunicar entre si através da língua hipercentral — um chinês e um brasileiro trocando e-mails em inglês, por exemplo); as 100 línguas seguintes, de línguas centrais (faladas por milhões ou dezenas de milhões de pessoas; línguas nacionais com sistema gramatical estabelecido, ensinadas nas escolas e usadas nas administrações públicas; comunicantes entre si através de línguas supercentrais e/ou através da hipercentral; falantes costumam ser compulsoriamente bilíngues); as demais línguas, de línguas periféricas ou locais (línguas tradicionais, tribais e locais, muitas vezes de transmissão apenas oral, as quais geralmente são excluídas dos sistemas de ensino e da administração

pública e costumam girar em torno de línguas centrais como satélites em torno de planetas; 98% das línguas mundiais se enquadram nessa categoria, e seus falantes costumam se comunicar através de línguas centrais oficiais em seus países).

Assim, enxergando as implicações morais dos termos utilizados (ser “central”, por exemplo, é um valor bem diferente do ser “periférico”), é verdade que há uma diferença de prestígio envolvida nesses fluxos tradutórios. As línguas mais traduzidas costumam ser matrizes de produção de literatura e informação, enquanto as línguas tradutórias tendem a “correr atrás” de atualização acerca da novidade e de acumulação de capital literário (devido a um sentimento de inferioridade qualitativa que se associa, entre outros fatores, à certeza da inferioridade quantitativa).

Dessa maneira, o papel das traduções entre diferentes grupos de línguas varia: traduzir Machado de Assis para o francês não significa a mesma coisa que traduzir Proust para o português. No primeiro caso, Machado ganha o status de autor inserido no cânone da literatura mundial — a França, segundo Marta Pragma (2019) e Pascale Casanova (2002), opera como uma consagradora de literaturas do mundo todo, enquanto a Inglaterra ocupa o espaço de consagradora das literaturas de língua inglesa —; no segundo, Proust “finalmente” chega aos países com menor tradição literária, supostamente carentes de obras universais com o peso estético de um dos artistas mais importantes do seu tempo. As línguas mais centrais funcionam como vitrine para as línguas menos centrais, sendo que a tradução do outro lhes serve para deixá-las mais cosmopolitas e com visão mais panorâmica sobre o que de melhor se faz nas margens/periferias, sobre o que merece conviver com o que de melhor se faz nos centros de referência, entendidos como matrizes de cultura e pensamento.

A tradução e a circulação de obras estrangeiras no Brasil, enfim, são determinadas por vários fatores listados neste capítulo. O atraso na formação de um mercado, o atraso para o acesso a um repertório literário mais amplo, a histórica competitividade entre a produção nacional e a produção estrangeira traduzida, a dificuldade enfrentada pelos negócios do setor que precisam concorrer com negócios estrangeiros que mandam títulos de sucesso a baixo custo para serem publicados em filiais locais, a dependência de poucas redes que obedecem a estratégias financeiras e comerciais geralmente dominadas por players estrangeiros, a busca por acumulação de patrimônio literário, a posição da língua portuguesa no sistema global, a expectativa do público, o baixo domínio de línguas estrangeiras, a concorrência gerada pela superprodução do mercado, o valor associado à literatura, a quantidade de faculdades de literatura e de departamentos de línguas estrangeiras etc.

Há que se pontuar, para encerrar nosso capítulo-panorama, que o fluxo de tradução é consistentemente alto, mas funciona de maneira cíclica. A força do câmbio brasileiro influencia muito o fluxo de intraduzções, já que um real fraco reduz o poder de compra de direitos autorais estrangeiros. A cada ciclo de desvalorização do real, como aquele que ocorreu no início do “sonho de ser um colosso mundial”, notícias como esta se tornam frequentes: “escritores brasileiros ganham a preferência do mercado editorial, desde a alta do dólar que tornou impeditivo o negócio estrangeiro” (Jornal *O Estado de São Paulo*, 2004). Observe-se a flutuação do dólar naquele momento:

Gráfico 10: Variação cambial do Real em relação ao Dólar



Fonte: MENEZES, 2019.

Em 2004, o real tinha passado por um acirrado ciclo de desvalorização. A dificuldade de comprar direitos autorais fez com que as editoras deixassem de investir em títulos estrangeiros para priorizar autores nacionais, fato que acaba refletindo em mais best-sellers nacionais — assim como em mais apostas malsucedidas — e em uma melhor relação com o público leitor. Esse movimento de alta foi contrabalançado por um longo ciclo de valorização da moeda nacional, que se estabilizou em 2007 e só foi revertido para um novo ciclo de alta em meados de 2014. Não à toa, a participação dos títulos importados no mercado nacional, cujo

auge ocorreu entre 2006 e 2011, têm reduzido ano a ano (com repiques esporádicos) desde 2014, assim como reduziu de 2018 para 2019 no gráfico anterior (período em que o dólar subiu aproximadamente 30%). O que a notícia citada anteriormente “escritores brasileiros ganham a preferência” não diz é o seguinte: há demanda e mesmo anseio por traduções estrangeiras, mas as condições financeiras-monetárias para isso podem se esvaír. É bom ter comprado direitos e/ou publicado traduções de qualidade durante o último ciclo de valorização da moeda — os direitos podem ser um valor de troca e as boas traduções de livros no fundo de catálogo provavelmente continuarão vendendo ao longo dos anos, despontando em um ambiente de menor fluxo de intraduições e menor concorrência.

3. COMPOSIÇÃO DE CATÁLOGO, DINÂMICA DE CAPITAIS, ESTRATÉGIAS DE CONSOLIDAÇÃO: UMA PERSPECTIVA SOBRE O FUNDO DE CATÁLOGO

O catálogo de uma editora de obras gerais é, por definição, a razão de ser da própria editora. Se desconsideramos os escritórios de serviços editoriais e as editoras que trabalham por encomenda e/ou patrocínio, podemos afirmar que o negócio editorial se baseia fundamentalmente na constituição e no trato de um catálogo. Afirmamo-lo porque o conceito abarca o conjunto de títulos cujos direitos autorais (que podem ser negociados por casas que optem por trabalhar com a especulação dos seus valores) estão sob a custódia de uma editora — títulos que, uma vez publicados em formato códice ou e-book, tornam-se mercadoria e objeto de venda.

Discutir a composição do catálogo das editoras, nesse contexto, significa discutir a existência das editoras. O catálogo de uma editora é determinado pelo seu posicionamento no ambiente da cultura e/ou o determina, sendo que o descolamento entre uma instância e outra pode provocar uma disfunção na cadeia de agenciamentos pré e pós-produção dos seus produtos-livros, e um equívoco como esse pode culminar em prejuízos não apenas financeiros.

Os produtos-livros, núcleo duro do mercado em questão, quando pensados como fenômenos culturais e sociais e não como instâncias autônomas, precisam ser discutidos em termos de valores, não apenas de preço e faturamento. Um catálogo, por representar um conjunto de títulos e produtos que agregam diferentes valores em torno de si, é resultante de valores abstratos tanto quanto de valores monetários. Na verdade, se um livro tem um preço, um catálogo tem um valor que é derivado dos seus títulos.

Não se calcula o preço de um catálogo como o de um estoque. Mensurar o preço de um catálogo é uma atividade mais próxima à especulação de que falamos no primeiro parágrafo deste capítulo do que da multiplicação do número de livros impressos pelo preço de capa deles. Assim, construir um catálogo significa construir os valores de uma marca editorial através de vários projetos-livros cuja ressonância entre si alimenta uma relação de confiança, afeto, conhecimento e reconhecimento com diversos públicos — com o público que busca evolução pessoal, a editora que tem o catálogo voltado para obras de autoajuda; com o estudante de letras, a editora que tem o catálogo voltado para a tradução de clássicos; e assim por diante.

Cada livro de um catálogo é um projeto individual, um astro de um sistema solar (metáfora para uma cadeia de produção e pós-produção). Uma editora cuidadosa, no entanto, deve pensar cada um como elemento de um todo — astros de sistemas solares que, por sua vez, formam galáxias, para assim dizer e seguir com a metáfora improvisada anteriormente. Cada

livro tem um público endereçável e constrói valores e relações que, em ressonância com os valores e relações produzidos pelos outros livros de um catálogo, vão constituir a imagem de um catálogo e a imagem da própria editora.

É claro que, considerando a individualidade radical de cada obra e o aspecto irrepetível da geração de valores em torno de uma criação — aspecto pragmático cujos caminhos e descaminhos fogem à análise numérica e à argumentação inespecífica —, seria necessário fazer um estudo de caso sobre a criação de um catálogo bem-sucedido, livro por livro, para então compreender relações de causalidade envolvidas na geração de valores, a partir de que seria possível formular estratégias precisas e palpáveis. Esse, no entanto, não é o método que adotamos. Por princípio, a recursividade desse ponto de vista é infinita: para se discutir o conceito de catálogo, precisaríamos discutir o conceito de livro; para discutir o de livro, o de recepção; para o de recepção, o de literatura; e assim cada vez mais nos afastaríamos de uma discussão sobre estratégias de composição de catálogo.

Buscando evitar entrar em um processo de recursividade infinita, servem-nos de esteio a necessidade de pensar estratégias mercadológicas generalizáveis para editoras novas, independentes e/ou de pequeno porte, assim como as análises acerca da realidade do mercado elaboradas no capítulo anterior. Conceitos menos aferíveis através de pesquisas mercado como as apresentadas, tais como os de valor simbólico, prestígio, consagração e respeito (alguns dos quais já foram empregados para descrever os efeitos do fluxo internacional de traduções) serão utilizados com parcimônia, segundo a perspectiva de autores que estudam as relações sociais e o imaginário constituído em torno do livro, das editoras e das trocas linguísticas-culturais, dentre os quais destacamos: Robert Darnton (2010), John B. Thompson (2011), Pierre Bourdieu (2008) e Swaan (2001).

Como afirma Pierre Bourdieu (2018, p. 222), um editor é um “personagem duplo, que deve conciliar a arte e o dinheiro, o amor pela literatura e a busca por lucros”, alguém cuja habilidade “é composta de duas partes antagônicas e da atitude para associá-las de maneira harmônica”. Por concordarmos com Bourdieu acerca da duplicidade da atuação editorial, pensaremos a cadeia de valores e afetos que orbitam o livro sem nos distanciar da análise de perspectivas comerciais e financeiras, e vice-versa. Para tanto, buscamos o auxílio de categorias empregadas pelo próprio autor e retomadas por John B. Thompson (2011) para descrever, de maneira metódica, os diferentes tipos de capitais envolvidos na dinâmica de poder, valor e valores com que lida o mercado editorial

Tendo em vista nossos objetivos aqui, podemos distinguir entre três principais tipos de capital: "capital econômico", que inclui a propriedade, bens materiais e financeiros de vários tipos; "capital cultural", que inclui o conhecimento, habilidades e diferentes tipos de qualificações educacionais; e o "capital simbólico", que inclui os méritos acumulados, prestígio e reconhecimento associado com a pessoa ou posição. Dentro de qualquer campo de interação, os indivíduos baseiam-se nesses diferentes tipos de recursos para alcançar seus objetivos particulares. (THOMPSON, 2011, p. 195)

Aos três tipos de capital, aplicaremos livremente as categorias de capital social (que, em nosso texto, inclui a coesão de uma comunidade interessada) e capital humano (que inclui a rede de agentes empenhada nas cadeias de produção), ademais empregadas em diferentes textos por autores do campo. Com esse conjunto de cinco categorias, podemos reelaborar a citação de Bourdieu da seguinte maneira: o editor, um dos protagonistas no processo de materialização e publicação de uma obra, se encontra em um lugar paradoxal, pois difunde publicamente conhecimentos e saberes, agregando grande capital simbólico e/ou intelectual, e visa ao lucro, participando de uma dinâmica liberal-capitalista orientada pelo capital econômico, de modo que, no processo, precisa organizar um capital humano. A atividade, quando desenvolve uma comunidade em torno de si, também agrega capital social.

Levando em consideração as subclasses da dinâmica de valores e capitais — dentre os quais o financeiro é apenas um — inerente às relações sociais estabelecidas em torno do livro e do mercado editorial, acreditamos poder dissertar sobre a composição de catálogo das pequenas editoras e os desafios impostos pelo panorama do mercado.

3.1 Editoras literárias independentes entre grandes conglomerados de comunicação

Pensar um espaço para uma nova editora ou para o posicionamento de uma pequena editora independente já em atividade é pensar um entrelugar, quando não um lugar à margem. Partimos das análises efetuadas sobre as movimentações do mercado editorial brasileiros expostas no capítulo anterior, especialmente daquelas abordadas nos subcapítulos 2.3 (“Concentração de mercado e internacionalização”), 2.4 (“As vendas online, o livro e o e-book”) e 2.5 (“O vertiginoso presente”), porque elas são da maior importância para compreender que a característica mais relevante do mercado livreiro e editorial brasileiro, hoje, é a falta de espaço ou a disputa acirrada por ele.

Como vimos, nas últimas décadas ocorreu uma agressiva e acelerada concentração do mercado editorial e livreiro no Brasil, uma reencenação de um processo ocorrido em várias partes do mundo que resultou, quase sempre, em um aumento vertiginoso da produção de títulos e livros. Esse processo, certamente, se deu segundo razões econômicas e metas de performance

estabelecidas para justificar/pagar os investimentos efetuados, não necessariamente por critérios estéticos e/ou culturais, tampouco por critérios de composição de catálogo com vistas a valores de interesse público de alto capital simbólico, como a bibliodiversidade, ou de alto capital cultural, como a elaboração estética das obras. É evidente que esses valores podem ter participado do planejamento das aquisições e fusões, especialmente porque os agentes editoriais têm pretensões de criação de valores para a comunidade, mas a característica básica dessas novas organizações é orientada pela eficácia da produção de capital econômico. A prática de mercado decorrente envolve terem, essas empresas:

ciclo de produção curto, visando minimizar os riscos por um ajuste antecipado à demanda identificada, e [serem] dotadas de circuitos de comercialização e procedimentos de exibição (publicidade, relações públicas etc.) destinados a assegurar a entrada acelerada dos lucros por uma circulação rápida de produtos destinados à obsolescência rápida. (BOURDIEU apud COLLEU, 2006, p. 54)

Segundo dados da Nielsen e do SNEL (Pesquisa Produção e Vendas do Mercado Editorial Brasileiro, ano-base 2020), em 2020 foram editados 46.000 títulos no Brasil. Se divididos esse número pelos 365 dias do ano, chegamos a uma média de 126 novos livros editados por dia (incluindo-se natal e feriados) em um país onde a média de leitura da população varia em torno de dois livros anuais⁵, tudo isso em um ano marcado pela pandemia e pelo fechamento de livrarias ao redor de todo o país. Dois anos antes, em 2018, segundo a International Publishers Association (IPA) e a World Intellectual Property Organization (WIPO) divulgaram através do *The Global Publishing Industry in 2018*, o Brasil era apenas o nono maior produtor de novos livros no mundo — países com menos habitantes e menos leitores têm produzido ainda mais títulos anuais, uma desproporção que não se justifica apenas pela diferença nos índices de leitura. Em um cenário de retração de pontos de venda, para onde vão tantos novos livros? Como eles são expostos e alcançam visibilidade?

Essas perguntas não estão sendo feitas apenas no Brasil. “Segundo o Bowker’s Global Books in Print, 700 mil títulos foram publicados no mundo em 1998, 859 mil em 2003, 976 mil em 2007”, retrata Robert Darnton (2010, p. 14) preocupado com a aceleração não sustentada da produção de novos títulos e livros. Roger Chartier é outro estudioso do mercado que assinala um processo semelhante na França: segundo ele, os editores têm optado por diminuir tiragens e aumentar o número de títulos de vida curta (factoides, biografias de celebridades instantâneas, efemérides etc.), opção que, apesar de aumentar a camada mais ativa dos catálogos das editoras e acelerar seus fluxos de caixa, resulta em um expressivo aumento de livros encalhados e

⁵ Segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, em 2016 eram 2,43 livros/ano.

imprestáveis. A pressão por lançamentos é desproporcional à saída de produtos das prateleiras das livrarias, cujos espaços passam a ser disputados e até pagos.

A verdade é que, nessa nova realidade comercial, os espaços físicos de venda e exibição estão saturados e não dão conta do afluxo de novas obras. As editoras, de modo geral, especialmente aquelas sem poder de barganha, negociação e convencimento, só encontram espaço nas livrarias online porque o acervo de títulos disponíveis em um site é potencialmente infinito. Nada soluciona, porém, o excesso de estoque (custo de armazenamento), assim como nada dribla a necessidade de disputar, muitas vezes com leilão, os espaços nas estantes das grandes redes de livraria ou nas propagandas dos sites (custo do incentivo de vendas) que aceitam armazenar os dados sobre seus livros. Essa saturação do mercado gera uma cisão muito grande entre livrarias dedicadas à exposição de títulos com vida útil mais longa (geralmente solidárias a editoras independentes por também serem independentes) e grandes redes expositoras de best-sellers e/ou títulos “descartáveis” (geralmente associadas a grandes grupos editoriais).

A parcela mais relevante do mercado, em termos de venda e faturamento, está orientada para a segunda classe de expositoras. As editoras se orientam, desse modo, para a publicação sucessiva de livros em modelos de sucesso já conhecidos, tendo em vista sustentar vendas e lucros proporcionais ao tamanho dos seus negócios.

Grandes grupos editoriais chegam a ter dezenas de milhares de títulos em catálogo. Suas editoras filiadas publicam entre 300 e 400 novos títulos por ano. O equilíbrio na composição do catálogo entre lançamentos, best-sellers, fundo de catálogo e encalhes é o que define o sucesso de qualquer editora, isso é certo; mas o que se nota é que, alcançando certo tamanho, as casas que participam dessa lógica de mercado deixam de reimprimir, reeditar ou simplesmente distribuir títulos que vendem “pouco”, sendo que esse pouco, muitas vezes, é um número relativamente elevado para os padrões do mercado regular. Assim, até mesmo um bom equilíbrio fica comprometido na composição do catálogo dessas editoras, que trabalham com um conceito de fundo de catálogo muito diferente do conceito com o qual trabalha a maioria das outras, de modo que seus catálogos acabam resumindo-se a best-sellers e lançamentos, com prejuízo para a bibliodiversidade que elas mesmas, por publicarem tantos títulos, supostamente alimentam ou tentam alimentar. O resultado é que publicam muitos títulos, mas com pouca diversidade, muitas vezes encarcerando na parte morta de seus catálogos títulos cujos direitos detêm, mas cujos livros não imprimem nem distribuem.

Em um mercado cuja característica básica é a atuação de poucos grandes players (ainda que apareçam multifacetados pelo número de marcas que detêm), curiosamente, nota-se o crescimento de um movimento absolutamente oposto. Ao longo das últimas décadas, houve uma proliferação de pequenas editoras independentes (muitas vezes até Microempreendedores Individuais) e uma consolidação de redes de solidariedade entre negócios menores com vistas à sobrevivência e à formação de espaços de diversidade e convivência menos selvagens no mercado. Tratam-se de editoras e livrarias que costumam agregar alto capital simbólico (prestígio por apostarem em obras alternativas e por manterem-se atuantes em prol da produção de valores artísticos), social (pela rede de seguidores, leitores e contatos que sustentam em torno de si) e intelectual (pela formação de um catálogo de valor reconhecido para determinada área ou pela participação no debate cultural e/ou acadêmico), apesar da dificuldade em acumular capital econômico (ou seja, de obter retornos e de acumular capacidade de investimento) e humano (na medida em que costumam contar com equipes reduzidas e serviços terceirizados).

As pequenas editoras independentes, por minoritárias, não poderiam alimentar sozinhas a bibliodiversidade do mercado a ponto de sustentar um ambiente saudável para o leitor, para a democracia e para a sociedade como um todo. Mas é a elas que se associa, hoje, esse capital simbólico.

À conversão simbólica da diferença (de projetos, métodos, práticas, concepções de mundo) em desigualdade (de condições de atuar e competir no mercado editorial), soma-se a transmutação da permanência em resistência. Existir tem, simultaneamente, o sentido de persistir e resistir. (MUNIZ JR, 2016, p. 85)

O mercado da bibliodiversidade, hoje, é a parcela do mercado simbolicamente atribuída às pequenas editoras. Espera-se dessas empresas que façam o trabalho de base, descubram e apostem em livros fora do radar que, quando dão certo (quando recebem prêmios ou caem na graça do público consumidor), entram na mira das grandes editoras para integrar os seus catálogos — assim como as editoras em si, quando têm algum relativo sucesso, passam a interessar às grandes redes para integrar os seus conglomerados administrativos e para incorporarem seu capital simbólico, geralmente com prejuízo para os fundamentos de produção desse mesmo capital simbólico, não raro extraviado no caminho de sinergias e economias.

A urgência de se pensar a composição do catálogo das pequenas editoras independentes em todos os seus estratos possíveis é uma exigência de primeira ordem. Desprovidas do capital financeiro necessário para disputar espaços e anúncios, cabe a elas gerar produtos de grande valor simbólico e/ou cultural, bem como alimentar um círculo social sólido. A finalidade não poderia ser outra: buscar criar relações de sobrevivência de modo financeiramente sustentável.

Sendo assim, também se faz necessário pensar em títulos capazes de oferecer retornos de longo prazo, já que a aposta em grandes lançamentos e/ou em *best-sellers* comprometeria o orçamento de casas com pouco capital, e um erro poderia ser fatal para a sobrevivência dessas casas. A estratégia mais natural para sanar essa necessidade seria a de projetar um catálogo com destaque para a dinâmica do fundo de catálogo.

3.2 O fundo de catálogo

De modo muito simplista, poderíamos dizer que, em jargão editorial, livros novos e livros velhos compõem, respectivamente, o topo de catálogo e o fundo de catálogo. O problema é que os conceitos de novo e velho variam de um lugar para o outro. Não há consenso, mas, ao longo das nossas pesquisas, pudemos verificar que os textos mais recentes empregam o termo para categorizar livros publicados há mais de um ano. Apetece-nos favorecer uma tipologia comum na área, muito embora, convenhamos, um ano seja muito pouco para chamar de velho um livro de um ano diante da velha história do códice e dos títulos que chegam à contemporaneidade.

Por outro lado, um ano é mais que muito para categorizar um livro como velho, passado, especialmente num tempo em que um ano muitas vezes já significa uma morte (o fim da vida de estante nas livrarias de rede) ou até uma mudança de paradigma.

A velocidade das mudanças é de tirar o fôlego: da escrita ao códice foram 4300 anos; do códice aos tipos móveis, 1150; dos tipos móveis à internet, 524 anos; da internet aos buscadores, dezessete anos; dos buscadores ao algoritmo de relevância do Google, sete anos; e quem pode imaginar o que está por vir no futuro próximo? (DARNTON, 2010, p. 41)

Operemos com o conceito de fundo de catálogo como abrangente de livros publicados há mais de um ano. Entre os tipos de livro tradicionalmente entendidos como bons componentes de fundo de catálogo, podemos destacar os clássicos (versões da *Odisseia*, por exemplo), os clássicos modernos (*Os irmãos Karamázov*, por exemplo), os livros premiados ou de autores premiados (prêmios Nobel, Jabuti, Oceanos, Pulitzer...) que já saíram do *mainstream* (adendo necessário porque, quando a premiação é recente, esses livros e autores costumam ser disputados por editoras de *best-sellers* para integrar o topo de seus catálogos).

Thompson (2013, p. 238, subcapítulo “As virtudes do *backlist*”) diz que o fundo de catálogo é mais rentável para os editores porque é dinheiro garantido, enquanto o topo de catálogo está associado aos riscos e custos elevados do investimento na produção. Ele também

demonstra que, por volta de 2010, a parcela do faturamento das editoras proveniente dos *backlists* chegava a variar de 20 a 80%, a depender do foco das editoras. O que afirma, em todo caso, é que construir um bom fundo de catálogo é duro e leva tempo, sendo que uma estratégia mista, que leve em consideração um bom plano de lançamentos, acaba sendo importante ao longo do processo de composição dos portfólios para garantir a sustentabilidade da editora. É este que alimenta melhor as cadeias de distribuição e venda, que ajuda a consolidar redes de relação empresariais e administrativas. Além disso, há que se pontuar, de 2010 para cá as coisas têm mudado bastante, de modo que a fatia do *backlist* também tem variado – e positivamente.

3.3 Propensão ao fundo de catálogo: o aspecto compulsório do pensamento de longo prazo para as editoras independentes no século XXI

As editoras independentes e sem grande capital inicial, em um mercado disputado, são condicionadas a evitar grandes apostas em vendas de oportunidade, a passar ao largo dos leilões de direitos autorais e a não elaborar grandes campanhas publicitárias. Construir e consolidar catálogos sob essas condições, naturalmente, leva tempo. Naturalmente, também, os donos dessas casas são levados a direcionar o foco, no momento da publicação dos seus primeiros livros, para obras com potencial de demanda regular por um tempo razoavelmente longo, de modo que os novos títulos venham a integrar um catálogo ativo e cada vez mais encorpado — caso contrário, ao surgirem novas publicações, os primeiros títulos já terão encerrado os seus ciclos de venda e o catálogo estará sempre enxuto, pobre, e a casa ficará em uma corrida de ratos: empenhará muito esforço, mas não chegará a alimentar um bom catálogo nem uma cadeia de distribuição e venda satisfatória.

De certo modo, esse é o escopo tradicional das editoras literárias. Obras com essa característica, em geral, constituem-se de material literário cuja qualidade é capaz de resistir ao tempo, como a dita alta literatura e a literatura canônica, ou de conteúdos que têm um público constante (manuais sobre assuntos de relevância pública, livros recorrentemente indicados em vestibulares, obras constantes nos currículos das universidades etc.), ou então de bons livros de entretenimento com temas de interesse maior e estilo pouco datado.

Na medida em que, historicamente, por ter sido um produto restrito a uma elite letrada com formação erudita, o livro manteve uma aura de prestígio intelectual, tendo sido objeto de uma espécie de culto baseado na manutenção de padrões de qualidade estética determinados por círculos sociais elevados, podemos afirmar que o esvaziamento do aspecto artístico do livro

é um fenômeno recente. Liga-se, por um lado, à vulgarização (no sentido de popularização) da leitura e, por outro, à massificação da indústria cultural, com a subsequente priorização do desempenho sobre a qualidade. Em decorrência do primeiro processo, nota-se uma multiplicação de valores e critérios de qualidade que invadem o meio crítico e criativo a partir da entrada de massas populacionais no sistema literário (primeiro, na condição de consumidoras; após, na condição de produtoras). Em decorrência do segundo processo, coirmão da concentração do mercado em torno de grandes players, Lindsay Waters afirma, em *Inimigos da esperança: publicar, perecer e o eclipse da erudição* (2006, p. 12), “que há um elo causal entre a demanda corporativa pelo aumento da produtividade e o esvaziamento, em todas as publicações, de qualquer significação que não seja gerar números”. Assim, “o crescimento aparentemente inevitável do controle administrativo está sufocando o trabalho real” (WATERS, 2006, p. 14-15) — no caso que ora abordamos, esse seria o trabalho artístico (por parte do autor) e editorial (por parte do editor, do tradutor ou de outros profissionais) sobre os valores culturais e estéticos da obra em editoração.

De maneira geral, ainda vige o senso comum de que literatura é um campo de obras artísticas de alto valor intelectual, tanto que muitos leitores (pensemos, ilustrativamente, em leitores de quadrinhos ou de autoajuda) costumam afirmar, com certo prazer provocativo, não gostar de literatura (referindo-se a obras artísticas herméticas, não a livros criativos de modo geral). Deriva desse senso comum a expectativa de que editoras focadas em obras literárias trabalhem com edições cuidadosas, traduções de qualidade e aporte crítico de intelectuais da área, considerada a mais nobre do mercado editorial. Espera-se da atividade de editoras assim que os lucros não anulem a oferta de graus elevados de outros tipos de valores — expectativa que, quando satisfeita, se traveste em atribuição de prestígio público. Algumas editoras gozaram e/ou gozam desse tipo de prestígio no Brasil, como Martins Fontes, José Olympio, Civilização Brasileira e Companhia das Letras, mas também editoras que nunca chegaram a obter lucros fenomenais nem a se tornarem parte de grupos editoriais com alta performance comercial, como a Cosac Naify, a Hucitec, a Contraponto, a Perspectiva, a Editora 34 e muitas outras.

A despeito de aparentemente propensa a isso, a edição literária não necessariamente se faz acompanhar por um pensamento consciente e consistente acerca do fundo de catálogo e das vendas de longo prazo. Não necessariamente as editoras mencionadas acima pensaram os seus livros para entregarem retornos de cauda longa, também não necessariamente fazem ações com esse fim. A crença popular e disseminada de que o livro, só por ser do tipo alta literatura, basta para gerar interesse permanente não é uma estratégia, mas uma fé, um pensamento instintivo e

muitas vezes irracional — afinal, qual é a racionalidade de publicar literatura com grande valor estético e esperar que ela se venda ao longo dos anos sozinha se, após o impacto midiático do lançamento, ela provavelmente não vai ser exposta em lugar algum? Como o capital cultural vai se converter em vendas nesse cenário? Por meio de promoções e descontos (métodos que, no longo prazo, reduzem o valor associado ao livro e à marca da editora)? A “vida de prateleira” do livro, como se chama o período após o lançamento quando ainda encontra espaço nas livrarias, um dia acaba — como prolongá-la? Como gerar vendas após esse prazo? Soluções possíveis vêm sendo pensadas há muito tempo, como o professor Mário Feijó costuma lembrar.

Desde o século XVIII, graças aos textos de Diderot, é amplamente conhecida a importância do fundo de catálogo para a estabilidade e prosperidade das editoras; sendo que, a longo prazo, é a qualidade do fundo de catálogo que determina a sobrevivência das editoras. No início do século XXI, os especialistas em marketing perceberam que os mercados de nicho eram muito valiosos para serem negligenciados e, com base no autor Chris Anderson, começaram a defender a importância da chamada teoria da cauda longa. Que nada mais é que o velho fundo de catálogo explicado por Diderot no final do século XVIII. Milhares de livros sobre a cauda longa (que é a forma da curva no gráfico de vendas) têm sido publicados nos últimos quinze anos, comprovando que marqueteiros são inigualáveis para requestrar conhecimento consagrado e lançar modas com nomes curiosos. A leitura de autores como Robert Darnton e Alfredo Manguel, famosos como historiadores do livro e da leitura, comprova que algumas vezes os marqueteiros chegam atrasados. (FEIJÓ, 2022)

As mudanças no cenário mercadológico mudam as perguntas, as respostas e as soluções para as perguntas, além do conjunto de entraves como os manifestados até aqui. A emergência de novas tecnologias e novos meios de atuação, ao nosso ver, definem uma clara separação entre aquilo que “No início do século XXI os especialistas em marketing perceberam” e aquilo que, no século XVIII, e desde Diderot, se vem percebendo e defendendo acerca dos fundos de catálogo. Interessa-nos, por essa razão, pensar as estratégias para dinamização do fundo de catálogo por duas vias: pela tradicional e pela digital.

3.4 Fundo de catálogo e mercado tradicional

O discurso e o posicionamento das editoras literárias independentes interessadas em recuperar o significado da edição como um trabalho qualitativo são formas de agregar capital simbólico à editora. Para isso, coloca-se o retorno financeiro como um ganho de segunda instância (ou, pelo menos, escamoteia-se seu protagonismo) e defende-se a imagem de que se atua em favor da manutenção/retomada do patamar de bem cultural do livro. Esse trabalho qualitativo geralmente envolve a apropriação de nichos ignorados por editoras de *best-sellers* e pelas grandes corporações, por não representarem possibilidade de vendas amplas a públicos

irrestritos nem de retorno econômico acelerado. O desafio persistente é o de gerar o reconhecimento do valor desse posicionamento de catálogo e de mercado.

Os métodos que as editoras independentes tradicionalmente empregam no sentido de consolidarem, na mentalidade pública, a imagem de empresas preocupadas com arte e conhecimento, com qualidade e inovação, são vários. Um primeiro que poderíamos destacar: a formação de capital humano e intelectual elevado, através do engajamento de colaboradores dispostos a participar dos círculos de criação e crítica com repercussão no meio erudito. Esses colaboradores podem ser artistas com grande visibilidade; professores universitários; teóricos; tradutores de renome; ou então outros criadores com menos visibilidade (grandes nomes que perderam espaço, artistas egressos de movimentos que geram prestígio, mas não chegam a obter bons retornos comerciais, e por aí vai). Esses agentes podem alimentar a crítica literária acerca das obras da editora, colaborando para o sucesso dos vizinhos de catálogo e para o fortalecimento da editora que os publica, por exemplo. Assim, ao alimentar a recepção crítica das obras ocupando espaços em revistas especializadas, suplementos e jornais — espaços tradicionalmente muito disputados —, podem gerar retorno também para si mesmos (na condição de críticos com alto capital intelectual).

A profissionalização do escritor aponta para a consolidação de uma posição social em que o prestígio se encontra acompanhado pela labuta não mais apenas textual: é preciso estar disponível para participar de eventos, lançamentos, palestras e toda sorte de atividades consideradas de mediação que seriam alheias ao da produção em si. Essa é uma tarefa difícil quando não se tem capital econômico para sustentar o escritor como profissional dedicado — algo que mesmo as editoras grandes têm dificuldade de fazer, a não ser com grupos seletos de autores.

Faz-se necessário, também, considerar o surgimento de ações para a formação do autor em cursos voltados para o *creative writing*, ou seja, as oficinas de criação literária. A academia forma agentes de todas as etapas da produção do livro, de modo que a inserção do autor na academia cria laços de reconhecimento do autor e da sua editora (caso saiba acompanhar e, mesmo, estimular esse processo) com relação a todo um sistema de formação de capital intelectual. A pequena editora, nesse sentido, pode trabalhar o capital humano — com vistas também ao cultural —, pois a circulação do seu autor entre públicos serve não apenas à divulgação da obra e do catálogo, mas à formação de valores simbólicos.

Em decorrência da formação de um capital humano destacado, mobilizado em prol da alimentação de debates em torno de uma obra e de encontros com o público dela, costuma

ocorrer a formação de um capital social importante em torno da editora. Os colaboradores costumam se tornar também consumidores e/ou divulgadores espontâneos do empreendimento, já que há uma solidariedade entre agentes da cultura quando não se sentem objetificados (sentimento costumeiro na relação muitas vezes impessoal com os agentes das grandes corporações), e os leitores podem se agregar de modo a formar uma comunidade de leitores assíduos das obras da casa. Em alguns casos, esses leitores podem vir a participar até da publicação de novas obras (pela sugestão de títulos, pela exigência de mudanças...)

Além disso, editores de negócios alternativos costumam criar redes entre si. Um fenômeno conhecido é o das feiras de publicações “independentes”, nas quais os agentes conhecem e expõem livros que, de outro modo, devido aos gargalos da distribuição, dificilmente conheceriam ou teriam onde expor. Trata-se de eventos em que livros recém-lançados e de fundo de catálogo coabitam um território de capital simbólico e social importante. O retorno de vendas, muitas vezes, não é tão importante quanto o fazer-se ver de uma editora e quanto a criação de um público novo, público que posteriormente pode vir a divulgá-la ou integrar o seu capital social. É também um espaço onde conhecer produtores — grande parte do público dessas feiras independentes é formado por autores com livros na gaveta, livreiros independentes, donos de sebos ou comércios digitais menores, estudantes com pretensões críticas etc.

Eventos contribuem para a criação de experiências únicas e mais individualizadas que as experiências com as estantes de livros, na medida em que o trabalho humano envolvido na produção de feiras independentes é totalmente diferente daquele envolvido em feiras como as bienais do livro. Enquanto nestas o ideal é que o trabalho humano seja transparente para que o cenário suntuoso destoe e o livro apareça sem intermediários para o comprador final, naquelas o trabalho humano costuma se expressar em cada detalhe, em cada escolha de decoração das estruturas provisórias, em cada troca com autores que discutem os seus livros de bom grado, em cada declamação de poema pelos poetas, em cada contato com os donos das editoras que apresentam os próprios catálogos e vendem os próprios livros. Esse tipo de laço que constitui o capital social da editora faz com que ela assuma o caráter de agitação cultural que pode ser complementado de outras maneiras, inclusive digitais, das quais falamos na próxima subseção.

Essas estratégias de atuação e posicionamento da editora são importantes de maneira genérica para alimentar um retorno de longo prazo porque estabelecem um fluxo de atenção constante em torno dela. Associadas a essa presença imaginária, promoções podem fazer efeito; divulgações dos livros junto a outros tipos de conteúdo associado (em palestras, por exemplo)

também ajudam a gerar retorno sem necessidade de redução de margem, na medida em que o leitor/consumidor reconhece que está pagando não apenas por um código, mas por uma experiência conjunta que agrega conteúdo.

Evidentemente, é importante a qualidade dos textos e da edição, pois não podemos pensar apenas em estratégias genéricas sem levar em conta as obras. Por conta da qualidade dos seus trabalhos, do estabelecimento de cronogramas mais humanos e adequados ao trabalho intelectual, muitas pequenas editoras têm conseguido levar obras médias de autores desconhecidos a níveis de excelência relevantes, conseguindo assim penetrar em discussões acadêmicas e abocanhar espaços tipicamente reservados às grandes editoras: os grandes prêmios literários, por exemplo. Ao longo dos últimos anos, cada vez mais comum tem sido a premiação de pequenas editoras e até de autores autopublicados — o que mostra como, de certa forma, tem sido relevante o trabalho qualitativo à margem da lógica mercadológica que, muitas vezes, compete com a qualidade de uma verdadeira dedicação intelectual. Um prêmio costuma ser como uma chancela de aumento vendagem.

As editoras que tentamos manter sob nossa lente, por raramente contarem com capital humano fixo — trabalham, geralmente, com terceirizados e quadros de parceiros muitas vezes voluntários —, podem inclusive fruir da condição de “trabalho por prazer” que oferecem. É comum que elas trabalhem com agentes experientes do mercado, não raro com atuação vigente em alguma editora maior onde trabalham com cronogramas apertados. Suponhamos que um desses agentes, geralmente egressos de faculdades de letras ou comunicação social, tenha especialização em Goethe e seja tradutor do alemão: ele provavelmente preferirá traduzir um achado do século XVIII que indicou à pequena editora — a qual, hipoteticamente, aceitou fazer o projeto de bom grado e ainda lhe deu um prazo justo para realizar a tarefa — a traduzir um livro de astrofísica que precisa ser publicado antes da passagem do próximo cometa, ainda que seja mais bem pago pelo trabalho com prazo mais apertado e tema aleatório. O trabalho por prazer, segundo a psicologia do trabalho, costuma gerar resultados melhores, e costuma vir associado a um engajamento maior pré- e pós-produção — o autor provavelmente se disporá a produzir materiais de divulgação, participar de eventos e tudo o mais. Como fazer para se consolidar como um espaço de trabalho por prazer, mesmo sem o capital financeiro de outros tipos de negócio, constitui-se como desafio.

O fundo de catálogo também precisa ser pensado segundo rigorosos planos de marketing. É preciso compreender o nicho que está disposto a comprar cada livro na época do lançamento e após, quando deixa de ser novidade mas ainda atrai interessados pelo seu tema

e/ou estilo. A produção de mais de um título sobre um mesmo tema, de um mesmo autor, de um mesmo estilo, também é uma oportunidade de reativar o interesse por obras passadas através da repercussão gerada pela nova; e a passada pode igualmente alimentar a nova, por já ter criado um público.

Compor um catálogo sem planejamento de longo prazo e sem estratégias de marketing para dinamizar o fundo de catálogo pode cumular em graves riscos de falência. O erro de cálculo associado à impressão de excedente de exemplares para um título pode significar custos de estoque, capital travado, perda de confiança de parceiros, dificuldade de capitalização para novos investimentos etc. Essa ainda é a realidade do mercado tradicional: o custo da matéria-prima, o custo do armazenamento, o custo do frete e da distribuição, a necessidade de sustentar margens... Considerando-se que tiragens baixas demais estão associadas ao alto custo unitário do livro, as editoras precisam almejar tiragens maiores e mais baratas, mas precisam igualmente calcular a capacidade de armazenamento e a meta de vendas no tempo. Caso o cálculo não seja positivo e a capacidade de manter as vendas ativas não seja suficiente para justificar o custo de estoque e logística, precisam imprimir poucos livros. Uma editora que publique 10 livros por ano e vê 500 exemplares de cada sobrando ano a ano precisa manejar 5000 exemplares, volume que pode demorar anos para ser vendido e que contabiliza prejuízo de amortização com o passar do tempo.

Ao primeiro grande problema — definir, com racionalidade e parcimônia, o tamanho e o endereço do público-alvo de um livro — soma-se um segundo problema que não é pequeno no Brasil, país de dimensões continentais e logística problemática: encontrar meios de alcançar esse público. As vendas diretas têm despontado como uma solução nesse sentido, e elas são alimentadas pela força da imagem e da presença da editora entre os públicos dos seus livros, o que novamente remete à necessidade de uma boa circulação e de um bom *branding*.

3.5 Fundo de catálogo e ambiente digital

Com o surgimento do e-book, as primeiras editoras de livros digitais enxergaram um filão: a publicação de livros de domínio público. Esse foi, certamente, o primeiro filão a explodir no mercado de livros digitais. Uma razão para essa azáfama foi a dificuldade de compreender como ficariam as relações de direitos autorais no ambiente online e como seria possível encarar a pirataria. Os primeiros formatos de e-book foram malsucedidos, mas havia a expectativa de que surgisse um modelo universal de livro digital que fosse disponibilizado entre

dispositivos de modo mais amplo (e, assim, mais difícil de rastrear). A inexistência de uma legislação segura e internacionalmente aceita certamente gerou insegurança jurídica para as editoras dessa nova trincheira do mercado, que optaram por trabalhar com obras de domínio público. Outra razão foi a expectativa de lucrar sem ter que remunerar autores — livros canônicos que estão em domínio público sempre vendem, mesmo que pouco, e publicá-los online representa captar essas vendas sem a necessidade de empenhar capital em impressão, estoque e distribuição. Em outras palavras, o livro digital resolveria o grande problema do fundo de catálogo no mercado tradicional: a dificuldade de armazenar muitos exemplares e distribuir poucos enquanto se fatura lentamente. Um livro digital pode ficar o tempo que for em uma livraria digital, e ele não exige estoque fora dela.

Prontamente, as editoras perceberam que o leitor de livros digitais se interessa por encontrar imediatamente o livro do momento, por lê-lo antes da sua chegada à livraria mais próxima, por estar à par dos best-sellers, por encontrar e conferir a qualidade daquele livro comentado pelo jornalista no jornal do dia ou no telejornal da tarde. Aos poucos, as editoras perceberam que o filão do digital não era exatamente o domínio público e os títulos associados ao fundo de catálogo. Essa desilusão pode parecer óbvia vista de hoje, na medida em que a diferença é conceitual: os livros vocacionados ao fundo de catálogo têm uma dinâmica, os ao topo de catálogo outra. Não há razão para que um novo formato altere as características essenciais das diferentes camadas do catálogo.

Muitas editoras, diante daquela desilusão primeva (e primária), passaram a acreditar que o ebook de fundo de catálogo, por não garantir faturamento fácil, não deve ocupar trabalho. Muitas simplesmente preferem não publicar livros, a não ser fisicamente, e os motivos são vários, da falta de recursos humanos competentes ao receio do pirateamento (o que tolheria as vendas já demasiado lentas desses títulos). Essa opção, no entanto, não pode ser assumida pelas pequenas editoras independentes, para quem o setor deve ser visto como uma grande oportunidade para contornar os velhos problemas da curtíssima vida de prateleira no mercado das grandes redes e da dificuldade de distribuição/negociação frente à miudeza do catálogo ou do negócio.

As livrarias virtuais devem ser encaradas pelas editoras independentes com interesse pela versatilidade e pela multiplicidade de oportunidades de dinamização do fundo de catálogo. A primeira e mais óbvia oportunidade é essa: quando esgota a vida de prateleira, o livro segue podendo ser encontrado nas redes. Continuar falando dele, promover eventos, gerar conteúdo sobre ele, nesse contexto, não significa desperdício de tempo: diante do interesse gerado em

alguma audiência hipotética, o livro pode ser prontamente encontrado em qualquer aparelho ligado à internet. O empecilho atrelado é: o livro estará escondido na pluralidade de sites e precisará ser atraente o suficiente para ganhar a disputa contra (ou com, se houver traquejo e eficiência no manejo de ferramentas de anúncio) a hipertextualidade, que é como um jardim de veredas que se bifurcam para a atenção do navegante-consumidor. Em outras palavras: de modo geral, para efetuar vendas nesse ambiente é necessário que o leitor saiba previamente o título da obra, que esteja previamente interessado pelo autor ou que esteja navegando pelo catálogo da editora. Esses pressupostos exigem que a empresa esteja reproduzindo atividades de branding como as listadas no subcapítulo anterior, que esteja conseguindo fazer-se reconhecer como detentora de valores relevantes e, assim, seja lembrada com afeto positivo. Deve, acima de tudo, estar atenta às novas oportunidades oferecidas pelas novas mídias.

É preciso, em algum momento, entender que as atividades tradicionais e as digitais devem ter autonomia. O boca-a-boca provocado pela participação em eventos alimenta as vendas digitais, mas é preciso provocar também um boca-a-boca propriamente digital a alimentar o fluxo para o site da casa, para o catálogo digital, para o livro. Esse processo em um ponto de venda online é mais curto (a distância de um clique e algumas teclas, geralmente) e menos dependente de ações física e geograficamente limitadas. É possível afirmar que o *marketing* de conteúdo é a contraparte da circulação física dos editores e autores por feiras independentes, palestras, universidades, debates etc. Além de feiras, também é necessário encontrar público em *lives*; além de leituras públicas, é necessário dominar as estratégias de viralização do Youtube ou criar parcerias com quem entende delas; em vez de palestras, é preciso alimentar blogs de entrevista e literatura com conteúdo não necessariamente ligado ao livro. Novamente, o capital humano se faz fundamental: é importante contar com o auxílio do autor, em primeiro lugar, mas também com o auxílio dos autores em conjunto, pois o *branding* não se faz com marcas autorais individuais, mas com os valores do conjunto — o conjunto de obras forma um catálogo; o conjunto de autores/tradutores/profissionais forma uma editora.

O desenvolvimento das vendas do fundo de catálogo no mundo digital, por muito tempo, se limitou à publicação de catálogos online. Durante a pandemia, os agentes da cultura perceberam a necessidade de se expor nas redes, de apresentar um rosto, de associar valores simbólicos e perfis pessoais. As editoras embarcaram nessa e têm-se mostrado cada vez mais interessadas em dar materialidade e individualidade à imagem antes imparcial e por vezes panóptica que assumiam como produtoras/manipuladoras de ideias — muito embora ainda se note uma atitude muitas vezes passiva atrelada à velha crença de que um bom livro se vende

sozinho e que o trabalho intelectual é vocacionado à solidão do escritório. O trabalho de marketing tem sido cada vez mais proativo, as editoras têm conseguido prolongar o período de vendas dos livros e igualmente recuperar títulos antes considerados encalhes. Como já dissemos: todo livro tem seu público, os desafios são encontrá-lo e fazer o produto chegar a ele.

O tema que talvez seja o mais importante, diante do qual ainda há muita dificuldade e resistência, é o manejo dos metadados. Ele faz, por conta própria, aquilo que o método da tentativa e erro da promoção de eventos, do marketing de conteúdo, dos serviços, faz: físgar o público interessado. Indexar adequadamente os conteúdos de modo que os leitores cheguem aos livros de modo simples e direto é o santo graal da internet como a conhecemos hoje. É verdade que a Web 3.0 já se anuncia com um sistema totalmente diferente, mas é necessário, por ora, trabalhar com o que se tem diante do nariz. Hoje, não é possível teimar contra as *tags*, contra os mecanismos de busca, contra os aplicativos que gerem metadados, e assim por diante.

Nós não falamos somente do mercado do livro quando falamos de ambiente online, falamos do mercado do tempo livre. A concorrência é com a televisão, a Netflix, o Facebook, o WhatsApp, o Spotify etc. As interações com os conteúdos estão cada vez mais curtas, e é crucial aprender a físgar compradores nesses breves intervalos de tempo. É aí que as editoras menores podem se equiparar às maiores, já que é onde elas jogam melhor: na formação de um nicho, de um bom capital social e de um público leitor fiel.

3.6 O boom do fundo de catálogo durante a pandemia e apontamentos futuros

Backlist is the new frontlist!
Lotten Skeppstedt

Uma pesquisa recente da Nielsen feita em 2020 na Grã-Bretanha mostra que os leitores aumentaram muito a procura por livros de fundo de catálogo durante o lockdown, fenômeno descrito como um “*backlist boom*” (GUEST, 2021). Ela aponta um aumento de 7% do faturamento do mercado de livros com mais de um ano em circulação, e também aponta para um aumento das vendas totais e das margens. A pesquisa mostra que os livros vendidos em 2020 eram, em média, mais velhos que os vendidos em 2019. As vendas online mostram que a cauda longa pode ser bem mais longa do que se esperava. Apenas 40% dos 5000 títulos mais vendidos em 2019 haviam sido publicados no ano anterior, embora tenham representado 56% do faturamento (o que pode ser explicado também pela defasagem dos preços e pela aplicação de promoções para estimular vendas de fundo de catálogo)

A média de dias aumentou de 1250 dias (em 2019) para 1350 (em 2020) entre os 5000 mais vendidos. Em termos de parcela de mercado, o fundo de catálogo representou 57% do volume de vendas, em comparação com os 50% da primavera de 2019. Além disso, constatou-se que 3147 títulos de fundo de catálogo estavam entre os 5000 mais vendidos em 2020 contra 2992 em 2019.

Em comentário à pesquisa, Joseph Evans, autor do livro *Trade books in the pandemic: fair retail ending* (obra inteiramente dedicada ao estudo das vendas no varejo durante a pandemia e o distanciamento social), afirma que “A infraestrutura avançada de comércio eletrônico do Reino Unido foi uma bênção; sem ela, o comércio estaria de joelhos, como vemos em alguns outros mercados” (EVANS, 2021, tradução nossa). Podemos dizer que o comércio brasileiro esteve de joelhos e que precisou aprimorar, na marra e velozmente, a infraestrutura do seu comércio eletrônico.

4. TRADUÇÃO LITERÁRIA, UM CAMPOS ESPECIALIZADO?

Para introduzir este capítulo, optamos por inquirir o senso comum acerca do que seja a tradução literária e a tradução especializada, dois conceitos que unimos neste trabalho. Começamos pelo segundo conceito: com uma simples pesquisa do termo “tradução especializada” no Google, encontramos resultados sobre o exercício tradutório de manuais da indústria automotiva, de bulas de remédio, de tratados de direito e economia, de livros didáticos, entre outros. O conceito remete, de modo geral, à tradução efetuada por pessoas que dominam uma terminologia específica e um conhecimento acerca dos jargões de uma determinada área, o que as habilitaria como tradutoras especializadas, de modo que o conceito vem sendo intercambiado com outro mais popular, o de tradução técnica.

Os resultados da nossa pesquisa inicial soaram especialmente interessantes por levantarem uma problemática do primeiro conceito, o de tradução literária, mas também da literatura como um todo: a ficção, a poesia, o teatro e os demais gêneros criativos lidam com um instrumento inespecífico. Diferente do profissional de medicina, que tem os seus instrumentos bem definidos — o bisturi, o estetoscópio, a luva higiênica etc. —, o escritor trabalha com um patrimônio público e diariamente utilizado por todos, a saber: com o vocabulário comum, com as palavras da língua-cultura de que faz parte. De modo geral, não é preciso dominar jargões ou terminologias específicas para fazer ou traduzir literatura. Ainda assim, a azáfama acerca das marcas autorais e da qualificação necessária à tradução literária — como no caso da antiga certeza disseminada no senso comum de que, para traduzir poesia, é necessário ser poeta — merece mais atenção sobre esse aspecto inespecífico da obra-prima da literatura.

O que faz com que diferentes autores sejam reconhecíveis pela sua escrita, a despeito da inespecificidade dos seus meios de produção? O que faz de um escritor um artista, se todos os dias contamos histórias utilizando as mesmas palavras empregadas nos livros sem que isso faça de nós artistas? A marca do escritor, para além da assinatura constante na capa dos seus livros, se faz notar na criação de um estilo próprio à obra em questão (qualquer uma para a qual se conceba uma linguagem específica), a um conjunto de obras específico (pensemos em *Em busca do tempo perdido* e em *Corpo de baile*, de Marcel Proust e Guimarães Rosa, cada um deles dividido em vários livros) ou ao todo de uma obra esteticamente coesa (pensemos na poesia de João Cabral de Melo Neto). Isso que chamamos de estilo próprio, em última análise, se configura pelo amálgama forma-conteúdo, modo de expressar e mensagem expressa, e desse

amálgama resulta o texto estético — aquele que, trabalhado por outros profissionais (capistas, diagramadores etc.) interessados em dar materialidade ao discurso-texto sem que os condicionantes do objeto-livro (códice, *e-book* ou formas alternativas) lhe tolham as características mais importantes (pelo contrário, com o objetivo de potencializá-las através do direcionamento da atenção do leitor a elas ou pela atribuição de mais camadas de sentido) — que se imprime ou não em objeto estético tangível.

Há, evidentemente, aqueles autores que trabalham com mais intensidade o aspecto estético dos textos (pensemos, novamente, em Proust e Guimarães Rosa) e cultivam com mais empenho um estilo distinto do linguajar comum, assim como há aqueles que trabalham com menos preocupação de constituir uma linguagem literária própria/privada que se distinga da linguagem cotidiana das gentes. O campo da tradução de textos literários parece refletir essa dualidade no tratamento do fenômeno estético: no trato com obras de autores que operam menos intensamente com a significância da forma, por muito tempo se naturalizou a concepção da tradução como um simples transporte de uma mensagem entre línguas (concepção do senso comum); observando as obras dos autores do primeiro tipo citado, nas quais não parece possível minorar forma ou conteúdo por contribuírem, ambos, conjuntamente, para a mensagem, faz-se necessário questionar a concepção irrefletida da tradução como um simples transporte de um certo conteúdo semântico entre línguas sem um trabalho estilístico/formal/criativo concomitante.

Não trataremos do primeiro conceito de tradução, aquele que a concebe como um transporte de uma mensagem entre línguas e que considera o texto um conteúdo semântico alheio à relevância da forma. Isso porque o conceito pode funcionar para a tradução de manuais, tratados e textos cuja função básica seja comunicar um conteúdo de maneira austera e/ou transparente, mas raramente se aplicaria à tradução de textos artísticos-literários. Interessa-nos a constatação de que a experiência literária seria irrepetível fora de sua configuração estética original — o já aludido amálgama forma-conteúdo que, objetivamente, se configura como produto de linguagem projetado por alguém para mobilizar sentidos e significados de/em um determinado contexto cultural —, a qual tem motivado impasses que estão na base da constituição de todo um campo de estudos sobre a tradução literária. É costurando os argumentos e dados provenientes desse campo de estudos que pretendemos gestar um conceito novo, o de “tradução literária especializada”, que encontra míseros 141 resultados em uma pesquisa no Google (sendo que, em rigorosamente todos os casos observados até o dia 08/04, havia uma vírgula entre “literária” e “especializada”), contra 83.600 resultados para “tradução

literária” e 16.000 para “tradução especializada”, conceitos de uso corrente e significado conhecido.

4.1 Divisão do campo: disputas acerca do conceito de intraduzibilidade

Parte da crítica se refere à tradução literária como pura traição. Buscar, na tradução, produzir recursos prosódicos semelhantes aos do original seria inútil, farsesco, pois a informação estética original não seria reformulável, é um monólito igual apenas a si mesmo. Em muito devido ao primado da racionalidade, uma atitude muito comum entre os tradutores diante desse princípio crítico é renunciar ao estilo e à técnica para preservar a ideia/mensagem semântica do original. É, digamos assim, renunciar ao jogo da “traição”. É traduzir a ideia em detrimento da forma, de que resulta a tradução literal, mesmo quando não se ignora a sua importância. Para compensar as perdas intrínsecas desse processo tradutório que não pretende remontar características de estilo com vistas a proporcionar uma experiência semelhante à do original para o leitor da tradução, formula-se um pesado aparato paratextual (prefácios, notas, posfácios, estudos, glossários etc.)

Uma experiência radical concebida por um fomentador desse modo de pensar a tradução seria a versão em inglês de *Eugênio Onêguin*, de Alexandr Púchkin, empreendida por Vladimir Nabokov⁶. O escritor e tradutor russo, profundo conhecedor do romance em versos originário do seu país natal, abdica do estilo, da forma e da prosódia do original para conceber uma tradução em prosa do poema. Simultaneamente, ele mais que duplica o tamanho da obra (que, em si, já é enorme) ao fazê-la ser acompanhada por centenas de extensas notas explicativas para cada um dos mínimos detalhes relativos ao sentido das palavras e das expressões russas. Por considerar que não há equivalência para elas em outras línguas, acredita ser necessário preencher com maçantes explicações as lacunas de sentido deixadas pela não-experiência do leitor anglófono com o universo cultural de *Onêguin*: o leitor não-russo jamais terá o privilégio de experimentar os desvios de sentido provocados por Púchkin, já que não tem uma vivência prévia do idioma, de modo que não pode entender o sentido padrão nem o extraordinário. A despeito de o livro ser uma grande aula sobre cultura russa, o recado da tradução de Nabokov é claro: aprenda russo e leia o livro no original se quiser ter uma experiência estética-literária original; aqui, não vou enganar ninguém; isto aqui não é Púchkin.

⁶ A respeito da iniciativa de Nabokov, cf. BUTLER (2012).

Outra parte dos críticos e teóricos da tradução acata o jogo da intraduzibilidade como um convite à recriação e à criatividade do tradutor. Valorizando a tradução artística, inverte-se a subordinação à fidelidade de conteúdo e ocupa-se o seu lugar com o ímpeto de recriar efeitos estéticos, de modo a propor uma experiência em outra língua que seja paralela à original. Também não se nega a unicidade da experiência estética original, apenas não se a vê como fator limitante. Quanto mais específica e intrincada a informação estética, mais se entende que merece ser recriada em outras línguas e que exige mais esforço estético criativo do tradutor. A unicidade de cada experiência estética torna-se um princípio axiomático: para cada leitor, a mesma obra produz diferentes significados, mesmo dentro de um mesmo contexto-cultura original. De certo modo, questiona-se até a noção de “mesma obra” — é possível que haja um mesmo livro, mas a obra é uma para cada leitor e já não pertence tanto ao autor ou ao mito da origem/originalidade (algo no caminho da formulação de Lacan: “você pode saber o que disse, mas nunca o que o outro escutou”⁷).

A tradução, segundo essa concepção, é um pressuposto de qualquer leitura, mesmo que não seja de outro idioma. Todos estaríamos traduzindo o tempo todo tudo o que lemos, letreiros e livros, e o objeto resultante de uma tradução é sempre outra obra, é sempre uma interpretação. Não caberia, portanto, buscar um sentido único da obra para reproduzi-lo; não caberia, igualmente, abrir mão de reproduzir os efeitos estéticos que são a própria razão de ser da obra de arte. A intraduzibilidade representaria, pela sua radicalidade, o princípio por excelência da plena traduzibilidade: tudo é traduzível porque tudo é tradução. Não havendo um sentido unitário de traduzir haveria, ao menos, formas de mapear os efeitos estéticos (linguísticos, prosódicos, retóricos) produzidos pelo original, a partir de que se deve buscar recriá-los em nova língua, tomando o conteúdo semântico original como um mero anteparo. Essa perspectiva é bem demarcada em sua radicalidade pela prática tradutória de Ezra Pound em suas traduções de poemas chineses. Entusiasta do ideograma chinês com poucas leituras a respeito da língua e pouco estudo sistemático, Pound verteu tão à sua maneira os poemas que errou até mesmo os nomes dos autores. O resultado desse exercício de crença na traduzibilidade plena e no papel do tradutor como recriador, dessa atitude de pouco rigor linguístico e muita liberdade artística do agente tradutor, é um corpus poético vigoroso, mas que muitas vezes pode ser encarado mais como uma criação nova inspirada em leituras de textos alheios (algo no sentido daquilo que passou a ser entendido como adaptação, por exemplo) do que, propriamente, uma tradução.

⁷ A frase foi proferida em uma das famigeradas conferências do psicanalista no Hospital Saint-Anne posteriormente recolhidas sob o título *O Saber do Psicanalista*.

Não por acaso, para apontar exemplos de atitudes tradutórias radicais referimo-nos a práticas paradigmáticas da tradução de poesia. Esse é um recurso comum, já que, em poesia, a questão da forma é incontornável e se encontra explicitamente no primeiro plano da significação dos textos. Se, em prosa, é necessário apontar autores do nível de Proust e Guimarães Rosa para fazer crer na importância da integridade da informação estética — a qual pode ser abalada por qualquer mínima intrusão, tamanhas a densidade e a interdependência dos elementos textuais desses dois autores —, em poesia é possível utilizar como exemplo quase qualquer poema/poeta. Não se contesta a importância de traduzir um soneto por um soneto (e não, por exemplo, por prosa, ou por um poema de 20 versos), enquanto em prosa muitas vezes não se atenta ao aumento da extensão do texto traduzido em relação ao original (muito comum na tradução do inglês, língua muito monossilábica e sintética, para o português, língua mais polissilábica e analítica) e os impactos dessa extensão na experiência de leitura, quiçá outros elementos mais minuciosos.

O Brasil, como um importante tradutor de obras literárias (fato que pudemos destacar no capítulo 2.6), acabou desenvolvendo um campo de estudos da tradução muito sofisticado e influente, de modo que os debates realizados por aqui têm obtido importância e reconhecimento em nível internacional. Poucos países no mundo têm pesquisas sistemáticas tão sérias acerca da tradução. É evidente que há profissionais e teóricos do campo que se posicionam em polos opostos, como os que aludimos acima — o da plena intraduzibilidade do fenômeno estético (a via da tradução literal) e a da plena traduzibilidade (a via da recriação livre) —, mas, de modo geral, o pesquisador de tradução brasileiro, obrigado a lidar diariamente com exemplos bem sucedidos provenientes das mais variadas concepções de tradução, conhece a radicalidade dessas posições e é capaz de discernir modos mais ponderados de atuação. É capaz de discernir, inclusive, a pertinência de recorrer a um ou outro posicionamento radical, caso assim seja exigido ou pareça pertinente em algum projeto de tradução específico, com vistas a perseguir objetivos pontuais.

O tradutor com algum conhecimento do campo, mais que só das línguas de partida e de chegada, compreende a sua posição de mediação entre línguas e culturas, assim também o seu grau de interferência na recepção de uma obra ou de um autor e na construção de uma narrativa e de uma imagem acerca daquilo que se traduz. Entende, enfim, seu papel dentro de uma cadeia de produção editorial e literária. O tradutor com algum grau de inserção na área é levado a ponderar, pela importância do autor da obra original e pelo seu grau de sofisticação estética, qual posição deve assumir no *continuum* de práticas tradutórias conhecidas, devendo ser capaz,

também, pelo estudo da obra em questão, de intuir os seus regimes estéticos-tradutórios — como Walter Benjamin afirma:

A tradução é em primeiro lugar uma forma. E concebê-la como tal significa antes de tudo o regresso ao original em que ao fim e ao cabo se encontra afinal a lei que determina e contém a “traduzibilidade” da obra. Este problema da “traduzibilidade” de uma obra é susceptível de duas interpretações: com a primeira inquire-se a possibilidade de jamais se encontrar entre todos os seus leitores um tradutor acessível (...); com a segunda interpretação — aliás a mais pertinente e apropriada — pergunta-se se a natureza da obra permite uma tradução, ou, de acordo com o significado dessa forma, se até não exige e reclama (...) (BENJAMIN, 2008, p. 26)

Para saber reconhecer a “lei que determina e contém a ‘traduzibilidade’ da obra”, a “acessibilidade” de um tradutor e a hipótese de a obra “exigir” e “reclamar” um tipo de tradução, ponderando-se exigências editoriais e sugestões estéticas, o tradutor não deve ser fundamentalista. Indica-se, como em quase tudo o mais, uma via intermediária.

4.2 A via do meio: sobre a possibilidade de avaliar a qualidade das traduções e dos tradutores

Neste projeto, busca-se um caminho intermediário entre posições teóricas radicais acerca da tradução. Interessado numa teoria e prática tradutória até certo ponto objetiva — na medida em que o critério editorial e as expectativas da recepção demandam a gestação de um produto de qualidade aferível e reconhecível publicamente, sem perder o carácter consensual de texto traduzido —, organizamos uma bibliografia a partir de críticos e teóricos que compreendem o texto literário como um complexo formal em que todos os aspectos linguísticos, retóricos, estilísticos, gráficos, prosódicos etc. contribuem para a criação de sentidos.

Porque pensamos a tradução como instrumento de produção de valores e capitais para o catálogo de uma editora de literatura focada em estratégias de venda de longo prazo, as práticas tradutórias a que este projeto se filia estão interessadas na valorização do estético, do estilo, não apenas do conteúdo. Afinal, aspectos formais, como o metro de um poema, por exemplo, conforme argumenta Paul Fussel em “The nature of meter” (1979), são lugares de significação. A tradução, dentro dessa perspectiva, é também uma técnica de leitura que busca identificar os aspectos formais mais significativos de uma obra, com o objetivo de recriá-los na tradução — esta, aqui, considerada um objeto linguístico autónomo, o qual deve ser concebido com independência em relação ao original, muito embora se guie pelas suas leis-características e não ignore as sugestões da sua edição/publicação primeira. Desse modo, o que se vislumbra

é a recriação, na língua-meta (ou língua de chegada), de um complexo de sentidos com algum grau observável de fidelidade a cada um dos aspectos considerados marcantes do original, não apenas do conteúdo da mensagem.

Curiosamente, o objetivo final soa muito simples diante de tanto debate e tanta discussão teórica: produzir livros que permitam ao leitor afirmar que leu um livro estrangeiro, mas em tradução, e que conheceu o estilo de um autor, embora o saiba recriado em outra língua. Feliz ou infelizmente, fato é que o leitor monolíngue não tem como comprovar a sua percepção; somente leitores bilíngues e/ou críticos de tradução podem fazê-lo. Como, no entanto, posicionamentos pessoais muitas vezes radicais podem enviesar essas avaliações, acreditamos na importância de que se estabeleçam critérios mínimos de objetividade para a análise do sucesso ou não da tradução, em relação ao objetivo final aludido acima, e em relação à qualidade do produto final.

Trabalhos como *A tradução literária*, “Para uma avaliação mais objetiva das traduções de poesia”, “Correspondências estruturais em tradução poética”, “Fidelidade em tradução poética: o caso Donne”, “Correspondência formal e funcional em tradução poética”, e “A reconstrução da forma na tradução de poesia”, de Paulo Henriques Britto; “Transluciferação mefistofáustica”, “Tradução, ideologia e história” e “Da transcrição: poética e semiótica da operação tradutora” de Haroldo de Campos; “Ritmo e tradução” de Henri Meschonnic; colaboram no sentido do caminho buscado. Deles, são recuperados conceitos como “marcado” e “não marcado”, “correspondência formal” e “correspondência estrutural”, “paramorfismo”, “transcrição”, “perda”, “fidelidade”, entre outros, uma vez que colaboram para uma maior consciência do trânsito entre original e tradução e para que se formalizem critérios de leitura e análise não apenas de poesia.

Diante do aspecto inatingível do ideal de toda tradução, que seria reproduzir em outra língua todos os efeitos estéticos do original, o tradutor tem que se esforçar para chegar o mais próximo que puder dela. Nem abandoná-la, nem invalidar o que não chega a ela. A situação é semelhante à do cientista que precisa realizar um experimento num ambiente de zero absoluto, ou de gravidade zero, ou à do cirurgião cuja meta é operar numa sala absolutamente estéril. O zero absoluto, a gravidade zero e a esterilidade absoluta são metas inatingíveis, mas os cientistas e cirurgiões tentam se aproximar delas tanto quanto possível. Assim deve agir o tradutor literário: sua meta é uma tradução que recrie todos os efeitos do original. Sabendo-a impossível, decide o que deve ser privilegiado com base numa leitura atenta, levando em conta quais são os elementos dele que são valorizados em consenso pelos leitores do original. Cada texto é um

texto, e a análise deve ser caso a caso. Na prática do mercado editorial, no entanto, isso nem sempre acontece — talvez nem com uma frequência ótima, quando não se pensa no conjunto de casas editoriais destacadas pelo bom trato com as traduções.

É comum que o tempo exigido por uma tradução de qualidade, e por todo o ritual que a envolveria — pesquisa acerca do estilo do autor, contato com a sua recepção na língua-cultura original, pesquisa de autores nacionais do mesmo período, pesquisa do estilo de autores nacionais que teriam correlações estéticas com ele, desenvolvimento de um estilo correspondente com base nas pesquisas —, não coincida com o tempo oferecido pela editora. Um dos efeitos dessa incompatibilidade é a aplicação de padrões tradutórios semelhantes para diferentes obras (o que sobrepuja a individualidade do objeto estético). Por exemplo, o consenso crítico acerca de Mark Twain — que um tradutor minimamente atento conhece antes de traduzir uma obra sua — é o de que ele consegue criar diálogos com rara informalidade, oralidade e verossimilhança, de modo que ao lê-los é possível realmente sentir como se estivéssemos ouvindo um bate-papo cotidiano. O livro, que já foi publicado em várias traduções, costuma ser traduzido de maneiras aberrantes nesse ponto: há traduções que empregam não apenas as formas sintéticas do pretérito mais-que-perfeito (“houvera”, “pensara”) nos diálogos, mas sintaxes longas e rebuscadas típicas do discurso literário — um equívoco tradutório básico que se baseia na mudança do registro do texto (de um registro oral e popular para um registro escrito e erudito) e que tem como consequência alterar o caráter dos personagens e narradores. Esse é um método tradutório pré-concebido e derivado do regime mercadológico de tradução: o tradutor, diante do prestígio de um autor estrangeiro, eleva o tom do texto traduzido para não correr o risco de banalizá-lo, mas não capta as variações estilísticas planejadas pelo próprio autor.

Assim também é a tradução de William Carlos Williams, poeta que estudamos e traduzimos. Williams tem como método estético básico a utilização de sintaxes muito simples e diretas, bem como de um léxico muito acessível. A esse respeito, bastaria traduzir seus textos em linguagem acessível e nada empolada, mas há um problema nisso. Williams é um mestre em imiscuir sentidos de diferentes ordens nos seus poemas quando, em meio aos vocábulos monossilábicos da raiz germânica do inglês, em sua maioria sensitivos, ele emprega um ou dois termos polissilábicos provenientes da raiz latina, em sua maioria abstratos e de cunho erudito, e parte do sentido poético de seus textos está nesse contraste entre a simplicidade dominante dos textos e a criação de pequenos termos que dão profundidade e ressignificam toda a cena que se constrói como banal e superficial.

A solução tradutória, como dissemos, deve ser sempre ponderada caso a caso e a leitura atenta deve buscar reproduzir efeitos pontuais. Não se trata de elevar o registro como em traduções apressadas de Twain; também não se trata de rebaixar o registro de todo o texto em traduções de Williams. Não é interessante, só porque o texto traduzido é de um autor de prestígio, produzir um texto solene em português, nem interessa que se faça traduções com vistas à vulgarização e à acessibilidade dos textos na língua-meta reduzindo a sua complexidade linguística. A saída ideal se resumiria nas seguintes formulações: “Traduzir o marcado pelo marcado e o não marcado pelo não marcado” (MESCHONNIC apud BRITTO, 2012a, p. 67), pois “Não cabe ao tradutor criar estranhezas onde tudo é familiar, tampouco simplificar e normalizar o que, no original, nada tem de simples ou de convencional” (BRITTO, 2012a, p.67).

A questão que se coloca, nesse caso, é a capacidade de discernir quando, na língua-cultura original, o uso é desviante ou padrão.

O tradutor, que normalmente pertence à cultura e ao idioma para o qual está traduzindo e não à cultura e ao idioma do original, tem que ficar atento para perceber em que momentos a estranheza do texto é um recurso do autor, usado conscientemente, e não uma característica devida apenas à estranheiridade do texto. Assim, por exemplo, não basta que o tradutor conheça o sentido das palavras do original: é preciso também que ele saiba reconhecer quais as palavras consideradas pelos nativos como comuns, não marcadas, palavras que eram de esperar naquele contexto específico, e quais as que são inesperadas, rebuscadas, até mesmo impróprias no contexto – pois a impropriedade e o erro são recursos de que os escritores lançam mão com frequência. O mesmo se aplica à sintaxe e às demais características do texto traduzido. (BRITTO, 2012a, p.67)

Britto defende em seu livro *A tradução literária* (2012a) a ideia de que o tradutor se faz livro a livro. Como um formador de tradutores com mais de 30 anos de atividade em oficinas, à frente também de um dos cursos de nível superior mais antigos na área da tradução no país, ele não defende a preponderância do tradutor apenas por ser especialista em uma obra ou autor; também não defende a precedência do tradutor com formação acadêmica sobre o tradutor bilíngue profissional; ele acredita que é possível um tradutor criar — através da vivência tradutória e do estudo das práticas ligadas ao ofício — parâmetros de qualidade e análise de qualquer obra, os quais podem sobrepujar a falta de um estudo de viés acadêmico acerca de determinado estilo e resultar em uma tradução satisfatória, possivelmente melhor que a de um especialista em uma obra desprovido de um repertório de práticas tradutórias que o permita transitar por soluções e proposições adequadas. Ora, o que Britto defende nos parece, justamente, a criação de um tipo de tradução literária especializada: aquela em que o tradutor

se torna um especialista em tradução (ao perseguir uma formação no campo, ainda que em nível não universitário) e cria parâmetros mínimos de pesquisa e especialização acerca de determinada obra ou autor antes de propriamente traduzir.

Talvez seja necessário falar em dois tipos diferentes de tradutores literários especializados — há, por um lado, aqueles que, como o próprio Paulo Henriques Britto, têm domínio quase absoluto das melhores práticas e dos mais importantes desafios envolvidos na tradução de obras literárias de uma determinada língua, de modo que desdobram a sua atuação para dar conta de múltiplas dicções e referências; e, por outro, aqueles de que trataremos quando analisarmos o caso da Editora 34, os quais manifestam domínio teórico e crítico acerca de um determinado conjunto de obras ou autores de predileção e que costumam se engajar com projetos tradutórios pessoais, muitas vezes propondo títulos e assumindo uma postura ativa na formação do catálogo, em conjunto com a editora que encorpam.

A defesa do papel da pesquisa acadêmica e da especialização do tradutor literário, nesse sentido, não é radical. Como sempre, optamos por seguir uma via do meio: o trabalho tradutório profissional ponderado com os métodos de aproximação crítica e estética a uma obra provavelmente produzirá resultados melhores que o trabalho tradutório sem essa aproximação; igualmente, a especialização de um tradutor em uma obra acompanhada por uma vivência tradutória e por um estudo detido de métodos profissionais de tradução provavelmente produzirá uma mediação linguística e cultural superior à de algum profissional pouco consciente do lugar do autor traduzido na literatura e na cadeia editorial, e que não compreenda os desafios intrínsecos de mediar a tradução dele para um novo sistema.

Faz-se necessário, diante desse conjunto de ponderações, descrever a situação com termos já previamente utilizados. As vantagens e desvantagens dos diferentes regimes de tradução são várias. Até aqui, priorizamos o debate acerca dos posicionamentos do tradutor diante da obra literária para que a qualidade da tradução seja aferível de um ponto de vista estético e linguístico, mas esse não é o único ponto de vista em jogo. Sabemos que a tradução como criação de conteúdo para publicação não se dissocia de toda a cadeia de valores e significações publicamente atribuídos ao livro, cadeia que passa pela construção de capitais simbólicos, financeiros, sociais, humanos e intelectuais. Faz-se necessário, enfim, avaliar as vantagens desses posicionamentos tradutórios em relação com as práticas de mercado.

4.3 Sistema de capitais: vantagens da tradução literária especializada

Retomemos alguns conceitos de sociologia das trocas linguísticas para falar nos valores envolvidos na tradução, especializada ou não, e para defender nossa hipótese acerca das vantagens dos diferentes tipos de tradução literária especializada.

O Brasil tem uma língua considerada supercentral (Swaan, 2001) devido à sua quantidade de falantes e à sua organização estrutural (disposição de gramáticas, dicionários, sistema educacional etc.), mas tem características que a destacam das demais, gozando de pouco prestígio no sistema de línguas internacional frente a outras línguas mais valorizadas pelo patrimônio linguístico-literário. Essa percepção leva alguns autores, como Heilbron e Sapiro (2003), a categorizarem o português como língua semiperiférica, ou seja, como intermediária entre línguas periféricas e línguas centrais, a despeito do tamanho da sua comunidade.

Um primeiro efeito dessa situação de língua supercentral, por um lado, e semimarginal, por outro, se manifesta historicamente em uma prática tradutória de caráter estrangeirizante. É raro⁸, em nossa história, observar momentos em que as práticas tradutórias francamente domesticadoras⁹ do texto estrangeiro, aquelas que visam à maior aceitação do texto traduzido perante o público, foram predominantes. Costuma-se replicar, na tradução, referências culturais — na tradução do russo, mantêm-se as medidas em verstas (1 versta = 1067 metros), por exemplo —, pois é um valor da tradução fazer o leitor sentir que está lendo um texto estrangeiro, transmitir para ele uma experiência que lhe é estranha, mesmo que em sua língua. Assim também, é costume respeitar a inventividade linguística do tradutor estrangeiro, de modo a não normalizá-la pelo emprego de formulações genéricas da língua portuguesa, mesmo quando a ausência de soluções correspondentes implica dificuldades de compreensão do texto em português. O problema dessa tendência, quando imponderada, é que as traduções resultam

⁸ Essa raridade diz respeito à tradução literária de livros de reconhecida qualidade artística, já que em outras categorias de tradução o trabalho intensivamente estético se faz menos relevante e as iniciativas de domesticação, com vistas à maior acessibilidade do texto e a despeito do grau de interferência do tradutor (que assume a condição de adaptador do texto para novos públicos), são mais frequentes e naturalizadas.

⁹ As definições de tradução estrangeirizante e domesticadora foram empregados por Schleiermacher (2001) há mais de duzentos anos e seguem paradigmáticas. Em um resumo de Britto (2012b, p. 21-22): “A tradução domesticadora visa facilitar o trabalho do leitor, modificando tudo aquilo que lhe poderia causar estranheza, aproximando o texto do universo linguístico e cultural que já lhe é familiar. A estratégia estrangeirizadora faz o contrário: ela mantém muitas das características originais do texto – referências nada óbvias para o leitor da tradução, recursos estilísticos desconhecidos na cultura-alvo, até mesmo alguns elementos do idioma-fonte – com o intuito de aproximar o leitor do universo linguístico e cultural da obra original. Se a domesticação do texto tende a fazer que o texto traduzido pareça ter sido escrito na língua da tradução, a estrangeirização mantém o leitor cômico o tempo todo de que o que ele está lendo é uma versão de uma obra estrangeira, que apresenta as naturais dificuldades de tudo que é estranho e alheio”.

respeitosas em excesso e o texto, mesmo o mais propositalmente banal, resulta engomado como um estudante de direito em simulação de júri no início da faculdade. Mesmo quando o público-alvo pede uma informalidade maior (quando o texto vai ser publicado em uma revista de ampla distribuição em bancas, por exemplo), a tendência é que os tradutores brasileiros não “baixem o sarrafo”. Quando o público-alvo é mais requintado e o espaço permite, os tradutores costumam abusar de notas explicativas e paratextos onde enfatizam a importância do autor que se traduz, até mesmo quando não é tão importante assim no seu país.

A razão mais diretamente ligada à postura estrangeirizante em tradução, além do respeito e do reconhecimento de um valor no estrangeiro de que a própria língua não gozaria, é a busca por evolução interna a partir da importação de inovações externas. A tradução, nesse caso, adquire um papel de transferência de capital literário entre culturas, e o editor de tradução o papel de desbravador de valores.

Para que não se pense que somente o Brasil (e os demais países de língua portuguesa) adota essa postura, ademais comparada ao que seria um complexo de inferioridade, pode-se dizer que os tradutores alemães também são tradicionalmente estrangeirizantes. Talvez pelo fato de se ter unificado tardiamente e por ter visto o seu território ocupado pela França por longos períodos na história, é notório que os alemães tendem a entender a França e a Itália como centros literários mais avançados, de modo que seus tradutores costumam valorizar sobremaneira os estilos dos autores provenientes dessas línguas e a buscar enriquecer, via importação, a sua literatura e a sua língua.

Em reação à tradicional postura estrangeirizante, e em busca de uma compensação histórica acerca do que entendem ser um senso de inferioridade e uma atitude de submissão, diversos tradutores brasileiros optaram por estratégias opostas, ou seja, pela franca domesticação e pela adaptação das obras estrangeiras. Trata-se, também, de uma valorização do aspecto supercentral da língua: traduzir uma obra para o português é, também, uma honra e uma homenagem para um original. A discussão não deveria continuar sendo se a tradução em português é fiel ao original — trata-se de inverter a situação e pensar como na célebre provocação atribuída a Jorge Luis Borges: “O original não é fiel à tradução”. A língua portuguesa do Brasil não precisa se colocar em posição de defasagem, mas trazer para o seu contexto obras estrangeiras que merecem ser adequadas ao contexto da recepção local.

Durante o período de contestação que esteve na base da virada dos estudos tradutórios no país, na década de 1970, processo capitaneado pelos Irmãos Augusto e Haroldo de Campos, houve um pleito organizado em prol da libertação dos tradutores em relação à necessidade de

ser “fiel” a um original, na medida em que o conceito de original passou a ser entendido como hierarquizante — o original, entendido como um produto de primeira qualidade e grande valor, se oporia à tradução, entendida como um subproduto cujo criador não tem o mesmo valor criativo. Conceitos propostos pelos irmãos Campos, como os de “transcrição”, serviram de esteio para um movimento de contestação que se deu principalmente na academia, quando começaram a tomar corpo os primeiros bacharelados especificamente voltados à tradução no Brasil — na segunda metade da década de 1970; os programas de pós-graduação *stricto sensu* em tradução só começam a surgir na virada do século XXI.

As propostas dos irmãos Campos, em um primeiro momento, levaram a crer que o que estava havendo no Brasil era uma alforria dos tradutores e um *hippon* histórico na subserviência do tradutor ao autor do original. Mas, na verdade, isso não se verificou nas suas práticas. Preocupados exatamente com a expansão do repertório linguístico e estético do português, o que eles fizeram foi elevar o grau de qualidade das traduções e o nível do esforço crítico-criativo-tradutório a patamares inéditos, criando novos paradigmas para a superação das aporias do trabalho tradutório, em especial aquelas ligadas à intraduzibilidade de estruturas formais, mas sem jamais perder de vista aspectos semânticos e contextuais. Embora Haroldo e Augusto de Campos tenham chegado a defender, no plano das ideias, a insubordinação do tradutor em relação aos originais, na prática os seus esforços demonstraram um grau de fidelidade a cada aspecto formal e semântico do original muito elevado — diversos textos o provam através da análise comentada das suas traduções, por exemplo BRITTO (2006). Assim, o que se pensava ser um movimento de liberação das “belas infieis” acabou depondo contra si mesmo: os dois autores ajudaram a estabelecer parâmetros de qualidade que punham em risco a atividade ligada à infidelidade, inclusive por terem instituído uma prática regular de crítica das traduções alheias pouco rigorosas.

Não foi apenas a atuação dos dois autores pioneiros o que desestimulou, no Brasil, uma reversão da tendência estrangeirizante na tradução. Ela também foi desestimulada por razões bastante mais burocráticas.

Com a formalização das leis internacionais que protegem direitos autorais, os tradutores foram perdendo a liberdade de alterar mais ou menos arbitrariamente o texto traduzido; o conceito de adaptação pouco a pouco foi se cristalizando em oposição ao de tradução propriamente dita. Também uma preocupação crescente com o conceito de autenticidade cultural teve seu peso: o leitor comum de hoje, mais do que o de cem anos atrás, quer ter, ao ler uma tradução de uma obra estrangeira, a impressão de estar travando contato com um autêntico produto desta cultura que não é a sua (...) (BRITTO, 2012a, p.66)

A tradução continua tendo um valor atribuído pela comunidade que é o de importar a inovação estética e de expandir o repertório linguístico da nossa literatura. As contestações da

década de 1970 resultaram em uma maior consciência de que o tradutor não é apenas um mediador, mas um criador de valores literários. Assim também o editor não apenas compra direitos de autores que estão na vitrine da literatura mundial, mas busca obras insuspeitas que podem ser peças-chave para linhas estéticas inteiras que, de outra maneira, talvez não encontrem os diálogos necessários — linhas essas que se multiplicam naquele mesmo período, quando entram em voga no mundo todo os movimentos pelos direitos civis e o reconhecimento dos estudos culturais na academia. Se, antes, importar valores significava produzir novas traduções de Emily Dickinson, Shakespeare, Goethe, Victor Hugo, T. S. Eliot (isso sem contar os clássicos de outras épocas), a partir daquele momento entrou em voga a necessidade de encontrar as obras de outros tipos de cânones — o cânone da literatura negra norte-americana, o cânone da literatura gay latino-americana, o cânone da literatura comunista e pós-comunista de matriz africana etc. Antes, estava em questão a busca por expansão de imagens, sons e formas linguísticas/artísticas capazes de estimular uma humanidade comum dividida em dialetos após Babel; agora, está em questão a expansão também de vivências humanas plurais através de vivências literárias.

Concorde-se ou não com o fundamento dessas mudanças ou com os conceitos empregados — como o de “outros cânones” —, certo é que a participação deles naquilo que entendemos como um mercado de ideias têm respondido a demandas sociais reais e têm provocado efeitos reais nas relações simbólicas entre indivíduos ligados à cultura, de modo que não é possível questionar a relevância deles na produção de valores que configuram a já mencionada dinâmica de capitais. Os primeiros editores e os primeiros tradutores a alcançarem obras e estéticas portadoras desses valores encontram prestígio, e as traduções, quando realizadas segundo o figurino de uma tradução literária especializada (seja aquela de um autor dedicado à pesquisa de uma obra ou à pesquisa da tradução em si), tendem atribuir ao objeto de prestígio uma sobrevida, na medida em que provavelmente ela sustentará o reconhecimento da publicação por uma comunidade, a qual pode alimentar as vendas no longo prazo e desestimular a concorrência de outras traduções.

O problema do prestígio linguístico e da sociologia das trocas culturais, então, novamente se coloca. Se, por um lado,

hoje em dia, quando se trata de uma obra escrita num idioma considerado exótico – por exemplo, o albanês –, a expressão “traduzida diretamente do albanês”, estampada na folha de rosto do livro, confere valor à tradução: o leitor se sente mais próximo do autor do original quando é menor o número de intermediários entre eles (BRITTO, 2012a, p. 66)

, fato que tem relação intrínseca com o que vínhamos dizendo acerca da busca e do encontro com o genuíno entre línguas, por outro, os tradutores costumam se permitir um maior grau de

domesticação quando o conteúdo traduzido provém de língua não-central, ou pelo menos não mais central que a brasileira. Nesses casos, a função da tradução parece muito diferente da função que ela ocupa quando importa textos de línguas como o inglês, o francês, o italiano e o alemão: em vez de acumular capital literário, ela atua como um elemento de consagração do autor ou da obra proveniente de línguas ou países mais periféricos.

Ao tradutor cabe calcular essas variações: é importante para uma editora ter em seu catálogo descobertas e apostas de países periféricos, o que valoriza a sua atuação original no mercado, mas também capital literário de valor universalmente reconhecido proveniente das principais línguas produtoras. Em ambos os casos, a tradução especializada e o conjunto de atividades críticas-tradutórias podem fortalecer as obras e os catálogos.

4.4 Parceria com editores literários especializados

A parceria entre editores interessados por *backlist* e tradutores literários especializados, nesse sentido, deve ser sustentada. Os tradutores engajados com as obras que traduzem geralmente são capazes de indicar novas obras afins ainda não traduzidas, sejam do mesmo autor ou não, o que gera repercussão entre os títulos de um catálogo. Esses tradutores também costumam buscar reconhecimento pelo seu trabalho de teor mais inventivo e voluntariamente qualitativo, de modo que circulem de bom grado em círculos intelectuais. Também, por serem especialistas, podem oferecer cursos ou criar conteúdo sobre as obras traduzidas (*marketing* de conteúdo). Sentem-se à vontade em participar de uma casa editorial que tem destaque pelo cuidado com as traduções. Esses tradutores, enfim, ajudam a editora na criação de diversos valores (intelectuais, sociais, humanos, simbólicos) e a fomentar as vendas de longo prazo através da circulação deles e das suas obras, especialmente quando elas se tornam referências para um determinado nicho (pensemos nos tradutores de literatura russa da Editora 34, por exemplo, casa que se tornou referência no setor e que será alimentada de modo perene, no mínimo, por gerações de estudantes das faculdades de letras/russo do Brasil, os quais certamente buscarão as traduções de referência e de maior qualidade para os seus estudos, exigindo tudo aquilo que uma editora que trata bem a tradução e mantém um time de tradutores especializados oferece: edições bilíngues, paratextos, conteúdos extratextuais, participação de seus colaboradores em cursos e eventos etc.)

O problema limitante que se coloca é: os editores costumam se engajar com a publicação de traduções de línguas que conhecem. Esse é o caso em que eles podem participar ativamente

da seleção de obras e da editoração de textos, sem precisar confiar todas as decisões aos tradutores. A baixa penetração de línguas estrangeiras que não o inglês, o francês e o espanhol no Brasil colabora para a manutenção (quando não para o aumento da concentração) dos fluxos de tradução desiguais retratados no capítulo 2.6.

4.5 O caso da Editora 34: exemplo bem-sucedido de relação entre tradução literária especializada e fundo de catálogo

A Editora 34 é uma grande fomentadora da bibliodiversidade no Brasil, destacando-se pela tradução direta de obras provenientes de várias línguas, do grego arcaico ao castelhano moderno, sempre com um elevado grau de qualidade. Muitas obras publicadas pela casa provêm de culturas consideradas remotas em nosso país, como a húngara e a tcheca; e a despeito da sua relevância estética, histórica ou política nos seus contextos de origem (ou no espaço do que se entende como “literatura universal”), algumas são pouquíssimo conhecidas no Brasil quando selecionadas pelos editores da casa para tradução e publicação.

Segundo as informações que a editora oferece, na seção “Sobre a editora” de seu site, o catálogo atual da casa possui mais de 500 títulos nas áreas de Ficção, Filosofia, Arte, Teoria Literária, Ciências Sociais, História, Psicologia e Psicanálise, Economia, Música, Poesia e Literatura Infanto-Juvenil. Além da multiplicidade de gêneros, a editora também destaca o modo como o seu catálogo consegue unir obras de autores consagrados — Dante, Cervantes, Goethe — e autores brasileiros contemporâneos, alguns deles estreados.

O catálogo da editora, vasto e multifacetado, divide-se em coleções que têm conseguido segmentar nichos e mobilizar leitores com grande sucesso. As coleções da casa tematizam a literatura do Leste Europeu, a filosofia contemporânea, as biografias dos grandes músicos brasileiros, os principais livros de crítica literária do Brasil e do mundo. Cada uma dessas seções do catálogo da casa funciona como um centro de gravidade a partir do qual se organizam publicações que, se alimentam o nome da editora, também parecem perseguir interesses independentes, bem como públicos diferentes.

A fidelidade do público leitor de algumas coleções da Editora 34 demonstra o sucesso da sua estratégia de coleções. Os seguidores da Coleção Leste, por exemplo, não apenas acompanham as publicações como pedem traduções de novos títulos — livros menos conhecidos dos autores que já estão no catálogo, livros de autores que ainda não estão no catálogo etc. O mesmo acontece com a Coleção Trans, que publicou Gilles Deleuze, Felix

Guattari, Georges Didi-Huberman e filósofos contemporâneos que ganharam espaço no pensamento acadêmico contemporâneo a partir das suas traduções.

A capacidade da editora de fundar nichos, agregar público leitor em torno deles e aprofundar pesquisas e publicações de modo a cobrir terrenos literários com a sua marca é um dos motivos que fazem dela um caso paradigmático no Brasil. A partir de apostas pouco óbvias, ela desponta como pioneira e referência máxima para mercados que, ao se consolidarem, geram retornos de longo prazo.

A importância da academia não pode ser desconsiderada nesse processo. A Editora 34 se localiza, fisicamente, a menos de um quilômetro da USP, certamente uma das mais importantes universidades da América Latina. Há de se destacar, a esse respeito, que as faculdades de letras da USP e, especialmente, os seus departamentos de línguas estão entre os mais populosos e bem avaliados em todos os rankings do Ministério de Educação. Essa proximidade geográfica se desdobrou em proximidade afetiva e profissional, na medida em que os professores universitários têm quase que passe livre na casa, tendo alguns dele sugerido vários dos seus maiores sucessos, como Cide Piquet comenta durante a entrevista que constitui o próximo capítulo.

Como também será comentado por Piquet, a editora se destaca pela referência na tradução. Seu cuidado e sua prática de trabalhar com tradutores literários especializados é tão forte que há uma crença disseminada de que ela iniciou a tradição de se traduzir livros diretamente do russo, o que não se verifica. Igualmente, há a crença de que ela é a única tradutora de russo no Brasil, o que não é verdade. Esses dados remetem ao modo como ela consolidou uma imagem e desestimula a ocorrência de novas traduções, pela estratégia da tradução literária especializada, a qual redundava em vantagens competitivas e retornos de longo prazo via fortalecimento do fundo de catálogo.

7 ENTREVISTA COM CIDE PIQUET, EDITOR DA 34

Cide Piquet nasceu na cidade de Salvador, Bahia, em 1977. Mudou-se para São Paulo capital em 1995 e graduou-se em Letras pela USP. Desde 1999, tem desempenhado um notável trabalho na Editora 34, atuando principalmente nas coleções de poesia e literatura estrangeira da casa. Como poeta, tem dois livros publicados: *malditos sapatos: 18 poemas de amor e desamor* (Hedra, 2013) e *Poemas e traduções* (Quelônio, 2017). Como tradutor, verteu para o português os livros *Esta vida: poemas escolhidos*, de Raymond Carver (Editora 34, 2017), *Histórias para brincar*, de Gianni Rodari (Editora 34, 2007), *Só para maiores de cem anos*, de Nicanor Parra (Editora 34, 2018) e *20 haicais de Issa* (Igarapé, 2020), além de ensaios (de Edmund Wilson, Charles Baudelaire, Enrique Vila-Matas) e poemas (de Roberto Bolaño, Raymond Carver, Pier Paolo Pasolini, Víctor Rodríguez Núñez, Jack Underwood, Yehuda Amichai, Hans Magnus Enzensberger) que tem publicado em antologias e revistas literárias. Piquet tem ministrado cursos, palestras e oficinas sobre edição e tradução na Casa Guilherme de Almeida, na Casa das Rosas, no Espaço Cult, na Universidade do Livro e na Escola de Comunicações e Artes da USP.

Em nossa breve entrevista, buscamos investigar dados sobre a atuação de Cide Piquet na Editora 34, com foco no planejamento, na edição e na publicação de livros traduzidos. Nosso objetivo foi iluminar alguns aspectos da relação entre as políticas editoriais da casa, o espaço da tradução literária especializada no seu catálogo e as perspectivas de sustentabilidade dos projetos tradutórios de uma editora que se tornou referência na área.

Por fim, devemos pontuar o aspecto semiestruturado da entrevista. Escrevemos e enviamos previamente um conjunto de perguntas ao entrevistado para que ele pudesse conhecer o nosso escopo, mas realizamos uma conversa remota através da plataforma de conferências Zoom. A interlocução síncrona, com duração de aproximadamente uma hora e meia, guiou-se pelo roteiro sugerido, mas tomou rumos próprios. Abaixo, segue o texto da entrevista, a qual foi gravada, transcrita e editada para os fins deste trabalho.

A ENTREVISTA

João Moura Fernandes — Podemos começar este questionário com uma pergunta bastante objetiva: quais são os principais critérios envolvidos na eleição de um novo projeto de tradução?

Cide Piquet — Em primeiro lugar, coerência com o catálogo; em segundo, ineditismo ou necessidade de nova tradução; em terceiro, relevância para o ambiente cultural/literário do país. Esses são os critérios que valem para todos os projetos.

JMF — Quem é que dá a ideia dos livros?

Cide Piquet — Os editores têm papel ativo na proposição de projetos, mas também consultamos os colaboradores da editora. Buscamos saber o que eles estão pesquisando ou fazendo, e sempre encontramos coisas boas assim. Eu penso uma editora como um organismo — a partir de certo momento, ela ganha vida própria. Ela cria uma história, consolida um catálogo, encontra um nicho, obtém reconhecimento pelas coleções, recebe demanda interna e externa (no sentido de continuar alimentando as coleções), recebe pedidos de leitores e assim por diante. A Coleção Leste, por exemplo, tem vida própria, está aí botando para quebrar há muito tempo. Em certo momento, percebemos que o Dostoiévski, um dos autores mais populares do mundo, já tinha sido em grande parte publicado por nós. Pensamos: “bom, agora vamos publicar a ficção completa”, projeto que terminamos há poucos anos com a publicação dos *Escritos da Casa Morta*¹⁰. Nessa mesma linha, começamos a publicar outros grandes autores russos do século XIX: Tolstói, Gógol, Tchekhov. No caso de autores do tipo, a gente dá preferência para duas coisas: os livros mais importantes do autor, porque são os que dão mais retorno e destaque para a editora, e aqueles que nunca foram traduzidos aqui, além das sugestões dos colaboradores. Assim, a coisa vai evoluindo organicamente no sentido de suprir/manter as coleções. Com a Coleção Trans, de filosofia, entre outras, isso também acontece.

JMF — Alguns títulos da Coleção Leste, pela qual você é um dos responsáveis, se tornaram verdadeiros sucessos de venda no Brasil — os romances de Dostoiévski e Tolstói, por exemplo. Esses títulos, podemos supor, produzem um giro de caixa acelerado. Há, por outro lado, autores e títulos que não gozam de prestígio prévio, sobre os quais não é possível nutrir expectativas de retorno acelerado. Como esses livros são pensados na Editora 34? Haveria uma diferença entre os processos editoriais (eleição da obra, seleção do tradutor, previsão de aparato crítico/paratextual, previsão de tiragem etc.) adotados na edição de autores mais populares e os adotados na de autores “fora do radar”?

¹⁰ O livro, na tradução de Paulo Bezerra, foi publicado em 2020 pela Editora 34.

Cide Piquet — No nosso trabalho, a gente não pode publicar só o filé — os grandes autores, as grandes obras. Não trabalhamos com *best-sellers*, não é isso, esse não é o nosso perfil — a 34 é uma editora que opta por trabalhar só com alta literatura, é isso que nos interessa publicar. Tem editoras que só publicam livros comerciais, publicam qualquer coisa que venda muito. Essas editoras não querem fazer livros que vendem 2 ou 3 mil exemplares, e muitos dos nossos livros vendem por aí, nessa faixa, em um prazo de um ou dois anos. Se vende isso, está bom, o livro se paga e gera um lucro razoável. Se tem vários livros nessa faixa, a editora se mantém. Mas é importante também ter alguns livros que ultrapassem essa faixa e vendam mais — livros como *Crime e castigo*, por exemplo, que está na décima quinta edição, ou como *Os irmãos Karamázov*. No entanto, se você só publica esse tipo de livro, só os clássicos, você tem uma editoria preguiçosa. Uma editora não ganha prestígio só com isso. Pense na Martin Claret, por exemplo — só publica o filé, mas nunca vai ter prestígio. Não tem a ver somente com a qualidade e com o método que ela utiliza para fazer os seus livros. Não tem um trabalho de desbravamento, é o óbvio atrás do óbvio. Além disso, tem todos aqueles problemas que a gente conhece (plágio, falta de revisão e tudo o mais). Ela certamente lucra mais que editoras sérias como a 34, porque não tem quase investimento em compra de direitos, traduções novas etc. Mas nós temos prazer em fazer esse trabalho na 34, amor mesmo: todo o trabalho de prospecção de autores, diálogo com professores, pesquisadores, tradutores, autores nacionais e estrangeiros, enfim, é um tipo de trabalho muito mais vivo e gratificante. É importante para a editora ter livros que gerem renda, mas que também deem prestígio. Para isso, é importante trazer autores menos conhecidos, bem como obras menos conhecidas de grandes autores. Nossos leitores são fidelíssimos e às vezes pedem para a gente publicar uma tradução de um livro que já saiu por outra editora, porque querem ler a nossa edição. Quando você investe em uma coisa e ela vai crescendo, você tem que ir entrando, ir abrindo caminhos. Quais caminhos? Aqueles que estão menos iluminados, eu acho, e aqueles que quem está com você está querendo iluminar.

JMF — Boa parte dos compradores da 34 são da academia, são estudantes. Penso que boa parte das vendas de longo prazo da editora tem a ver com essas pessoas que estão chegando na Letras, que escolhem estudar russo e que veem vocês como referência nas traduções da língua. É um público-alvo que sempre se renova e tende a permanecer ativo no longo prazo. A editora adota uma política clara e específica para aquilo que poderíamos chamar de fundo de catálogo? Como a tradução pode ser pensada de

modo estratégico para compor o fundo de catálogo de uma editora e captar essas vendas de longo prazo?

Cide Piquet — Esse é um fato. Nosso perfil é exatamente esse. Não significa que a gente não quer publicar um livro que venda um pouco mais no momento do lançamento, mas nossa busca é pelos livros que vendem sempre, os chamados *long-sellers*, porque é isso que sustenta o catálogo. Quase todo o nosso catálogo é assim. Uma faixa entre 70% e 80% do nosso catálogo está em plena atividade. As editoras comerciais estão sempre em busca do próximo *best-seller*. Triste é ver ótimas editoras, de alta literatura, entrando nessa lógica, se vendendo para os grandes grupos estrangeiros e mudando sua forma de trabalhar. Continuam fazendo livros bons, claro, mas passam a publicar um monte de besteira visando só o lucro. E vão deixando de reeditar ótimos títulos de seu catálogo, porque não vendem o suficiente para esse novo padrão. É uma pena, porque tudo o que não vender muito eles vão parar de publicar, e no futuro, seguindo essa lógica, uma hora vão ter um catálogo exclusivamente comercial. Na 34, felizmente, queremos manter uma editora que só faça coisa boa e entenda a perspectiva de retorno atrelada a isso, a velocidade de crescimento atrelada a isso. É uma editora que cresce sempre, dá lucro, mas não subordina o processo editorial ao lucro a qualquer custo. Nossos livros têm boa saída. A coleção de clássicos sai muito bem. A gente sabe que esses livros vão entrar em todas as bibliografias de cursos de letras do Brasil. Não tem como não entrar. As traduções de Homero, de Sófocles, de Eurípedes. Muitas dessas obras já têm tradução; mas boa tradução, em boa edição, bem cuidada, bilíngue, anotada, com bom aparato crítico etc., poucas têm. Nem todas as editoras têm *know-how* para fazer livros com a qualidade e com a capacidade de gerar reconhecimento como a 34. Muitas não fazem um trabalho sério de edição de texto. Ler o original ou a tradução, comentar, revisar, anotar, tudo em diálogo com o autor ou o tradutor, claro. Acho que essa é uma das maiores qualidades da 34. Tudo isso leva tempo, demora bastante. Nos primeiros anos a editora não dava dinheiro; depois de uns dez anos foi que ela começou a dar retornos. Isso se deve à qualidade do catálogo e também a essa característica dos livros mais antigos que continuam vendendo bem enquanto a gente vai acertando no lançamento de novos livros. Nesse meio, a menos que você já comece com um investimento pesado, com muito capital inicial, o negócio demora a dar retorno, porque você tem que ir formando catálogo, conquistando espaço na mídia e nas livrarias, até a coisa vingar. Depois dessa zona de rebenção, por outro lado, melhora. Hoje em dia, quase todos os livros se pagam rapidamente e ficam no catálogo com boa circulação.

JMF — A manutenção de um catálogo robusto e diversificado, claramente, é um valor importante para a 34. Como a composição de um catálogo variado se relaciona com as imposições comerciais/empresariais de um setor atravessado por tantas incertezas?

Cide Piquet — Para o nosso perfil de editora, o importante é construir um catálogo sólido. O que é um catálogo sólido? Um catálogo de títulos que vendem sempre. *Grosso modo*, podemos dizer que existem duas categorias básicas de editora: uma é a editora comercial, de *best-seller*, que está em busca daquele livro que vai vender 200.000 exemplares em pouco tempo para gerar fortuna. Essas editoras têm que correr atrás dos leilões, têm que dispor de grana para investir alto. Claro que essas editoras podem ter uma coleção legal, mas elas estão dispostas a publicar qualquer coisa, da biografia da última blogueira às dicas de culinária da atriz da Globo ou coisa que o valha. O outro tipo é a editora de literatura e ciências humanas, que é o nosso perfil. Para nós, é claro que tem um ou outro livro com vendas maiores. Os *Irmãos karamázov*, por exemplo, vendeu 10.000 exemplares no mês de lançamento. Eu não lidava muito com poesia antes, quando caiu na minha mão a edição portuguesa do livro da Matilde Campilho¹¹. Achei o livro forte, decidi apostar: autora nova, livro de estreia, belíssimos poemas, virou um sucesso, ainda mais levando em conta que se trata de um livro de poesia. Ele já está na quinta edição, deve ter saído uns 10 mil exemplares também. Um poeta russo que conheci recentemente, que está exilado no Brasil por causa da guerra com a Ucrânia, respondeu impressionado quando lhe contei esse caso: “Caramba, meus livros vendem 200 exemplares!”, e ficou achando que o brasileiro lê muita poesia. Tirando as exceções do catálogo, os autores mais badalados e as sortes inesperadas, nosso catálogo é todo de cauda longa. É isso também o que nos dá tranquilidade para manter nossos processos e nossa qualidade. O futuro estudante vai chegar na livraria e vai ver o livro que o professor indicou em edições da Martin Claret e da 34: a menos que seja desavisado, provavelmente vai comprar o da 34. Títulos mais populares trazem prestígios, fortalecem catálogo e fortalecem financeiramente a editora. Uma editora de porte menor, menos comercial, se não chega a ter esses títulos fortes passa perrengue. Não tem como dar certo. Independentemente da qualidade do catálogo, você precisa desses livros. Não adianta reclamar que se lê muito pouco no Brasil. Tenho amigos com editoras finíssimas que só publicam livros que altíssima qualidade, mas muito pouco conhecidos, e aí não conseguem gerar uma onda de leitura e criar um nicho, se impor no mercado. Tem que construir

¹¹ Cide Piquet faz referência ao *Jóquei*, livro de poesia da portuguesa Matilde Campilho publicado pela Editora 34 em 2015.

catálogo. Tem que fazer livro bom que vende mais e livro bom que não vende tanto. Ter livros de autores conhecidos, bem feitos, que vão vender mais; com esse dinheiro, você faz os livros que não vão vender tanto. Você vai ver que vale a pena, não só pelas vendas, mas pelo fato de que os autores menos conhecidos e as coisas mais inovadoras arejam o catálogo. Este ano publicamos uma autora russa inédita no Brasil, Liudmila Ulítskaia. Foi uma aposta minha, porque precisamos também publicar mais mulheres, e a Coleção Leste tem um público fiel que espera por isso. Ela é uma das principais escritoras russas da atualidade, mas desconhecida por aqui. Pois bem, o livro — *Meninas* — gerou uma quantidade enorme de matérias e tem vendido muito bem. É uma autora viva, ativista de uma série de causas importantes, uma pessoa muito interessante e ótima escritora. Esse tipo de coisa areja o catálogo, mostra que a editora está atendida, traz prestígio. Além de tudo, amplia o leque, o repertório cultural do país. Não adianta ficar só lendo os grandes autores. Em minha opinião, essa é a receita: o equilíbrio entre os clássicos e a boa literatura que ainda não aportou.

JMF — Quando um livro sai do catálogo?

Cide Piquet — Só saem os livros que vendem muito pouco mesmo. Porque se o livro não vende uma quantidade mínima para se pagar, significa que a editora vai ter prejuízo. E manter os livros em estoque tem um custo alto também... Infelizmente, acontece mais com autores nacionais. Literatura nacional contemporânea, por exemplo, sempre envolve algum risco. Infelizmente também, o leitor brasileiro ainda não valoriza nossa literatura como deveria. Mas a gente aposta nos autores de toda forma, quando acredita que o livro é bom, que pode se destacar, receber prêmios etc. Mas quando o livro vende muito pouco, quando demora 5 anos ou mais para esgotar a edição, aí é prejuízo, então não faz sentido reimprimir. A editora tem uma conta, uma faixa. A gente imprime no mínimo 2 mil exemplares. Um livro com essa faixa de tiragem tem que vender cerca de 700, dentro de um ano, digamos, para se pagar. O livro tem que ter uma circulação contínua e mínima para valer a pena.

JMF — Quem lê as seções “sobre o tradutor” dos livros da 34 nota uma recorrência muito grande de profissionais da tradução que também são professores universitários ou doutores em literatura, geralmente com pesquisas nas línguas de partida das obras. Na seção “Sobre a Editora” do site da 34, destaca-se que os títulos são “sempre vertidos do original por tradutores como Boris Schnaiderman e Paulo Bezerra”, dois docentes

notórios. Dessa forma, pode-se dizer que faz parte da filosofia da casa priorizar tradutores especialistas nos livros, nos autores ou nas literaturas de que os livros fazem parte. Por que há essa preferência por tradutores especialistas?

Cide Piquet — Nos cursos que eu dou sobre tradução e edição sempre comento esse tema do tradutor especialista e do tradutor comercial. Temos um modo de trabalhar bem específico que nos distingue das editoras grandes e mais comerciais. Os livros que fazemos não podem cair na mão de tradutores profissionais. Não dá pra botar a *Iliada* nas mãos de um tradutor profissional sem inserção na área. Não se coloca Tolstói e Dostoiévski nas mãos de um iniciante, até porque tem gente mais indicada para isso. A gente sempre vai atrás de quem já traduziu, estuda ou conhece a obra, o autor, o período... Claro que tem exceções. Quando começamos com a literatura russa, tinha Boris Schnaiderman, Paulo bezerra (que veio com o projeto Dostoiévski, o de traduzir os cinco grandes romances dele), Tatiana Belinky, Aurora Bernardini, Homero de Freitas. Eram quatro ou cinco tradutores de literatura russa no Brasil. Rapidamente, percebemos que precisaríamos de novos tradutores. A coisa, mais uma vez, funcionou organicamente — quanto mais títulos íamos lançando, mais leitores fiéis obtínhamos. O *boom* de leitura dos russos nos anos 2000 foi resultado direto do trabalho da 34, e um pouco da Cosac, que tinha basicamente o Rubens Figueiredo como tradutor das obras de Tolstói. Com o sucesso da coleção, começamos a procurar e ser procurados por jovens tradutores e professores, e a coisa foi crescendo. Por volta de 2010, já tínhamos mais de 15 tradutores colaborando conosco, muitos deles saídos da universidade e fazendo suas primeiras traduções para nós, ou ganhando visibilidade com as traduções da 34. Vários deles estão hoje traduzindo para várias editoras. Ou seja, houve ali — e há até hoje — um movimento importante não só em termos de produção editorial, mas também de produção intelectual, de formação de novos tradutores.

JMF — **Há uma diferenciação clara, dentro da editora, entre traduções literárias especializadas e traduções comerciais? Caso exista, como essa diferenciação se manifesta nos procedimentos da casa (estabelecimento de prazos e valores, distribuição de títulos por relevância entre os tradutores etc.)? Essas eventuais diferenças se fazem notar no desempenho de mercado das publicações?**

Cide Piquet — Não tem muita diferença em termos de processo editorial. Nosso modo de trabalhar é igual para todos os autores e tradutores. Fazemos sempre do mesmo jeito: escolhemos o melhor tradutor possível e damos um tempo correspondente ao volume e à

dificuldade do trabalho. Literatura é algo muito sofisticado, tem que conhecer o autor, a linguagem, a crítica, a informação acerca. É isso: melhores tradutores, melhores condições, tempo devido, remuneração digna. Para obras grandes, a gente paga um salário para a pessoa. Claro, desde que a pessoa seja confiável. Para traduzir um livro de mil páginas, o cara não tem como trabalhar por um ano sem receber! Por isso é importante fazer um contrato e ir pagando periodicamente, ou conforme a entrega. Depois da tradução, a gente vai chamar especialistas para fazerem os paratextos ou buscar os melhores textos que já existam sobre a obra. Em termos de reconhecimento e valorização do tradutor, a gente põe o nome do tradutor na capa, paga o direito autoral do tradutor. Quando a obra está em domínio público, o tradutor recebe como autor do livro. Muitas editoras ainda fazem como antigamente: pagam um valor módico e dão um tchauzinho para o tradutor. Nunca mais ele recebe nada. Se o livro vender muito, só a editora se beneficia. Eu sou tradutor também, é inadmissível que uma editora desrespeite o trabalho do tradutor. Tudo tem que ser dialogado, mesmo que isso leve tempo. Comprar direitos de tradução por valor fixo vai contra as leis de direitos autorais do Brasil. A de 1998 reconhece o trabalho tradutório como um trabalho autoral. A rigor, um contrato que não pague direitos conforme as vendas é inválido, é questionável por lei, porque ninguém pode ceder para sempre os direitos em cima de uma tradução, mas as editoras malandramente impõem esse tipo de coisa, porque se o tradutor não aceitar ela vai passar o trabalho para outro. Isso é errado, tem que pagar alguma coisa, mesmo que seja pouca. A faixa de remuneração do autor é de 6 a 10%; que se pague pelo menos 2 a 4% então para o tradutor, poxa. Quando é obra de domínio público, por que não pagar algo como 5% para um tradutor novato, 7% a 10% para um tradutor experiente? Na 34, todos os editores leem todos os livros, muitas vezes cotejando com o original. Não tem isso de só repassar arquivo para preparador. Há um diálogo constante com o tradutor. Falando como editor e como tradutor, eu sei que não existe tradução perfeita ou definitiva. Sempre tem um erro, sempre tem. A editora está lá para garantir que o texto vai ser melhorado. O melhor tradutor possível entrega a tradução com 80% de qualidade. De modo geral, entrega com 60% ou 70%. A função do editor é subir o sarrafo para 90%, 95%, porque não existe isso de livro ou tradução 100%; isso talvez seja o mais importante. Se a gente avançar muito no tema, a gente chega na tradução de poesia — o grau mais alto de especialização. Não basta só ter domínio da língua e conhecimento do autor. Tem que ser tradutor de poesia, entender de métrica, ritmo, da linguagem própria da poesia, que é sugestão, metáfora, imagem, música — ou seja: tem que ser um pouco poeta também. É a

instância tradutória em que a forma tem importância absoluta. O mais difícil que existe é encontrar bons tradutores de poesia, com prática própria, estilo, verve, experiência. Um editor experiente e um revisor experiente já sabem onde tem problema numa tradução em relação ao original. A gente bate o olho e já vê o desvio de tom, de sentido, ou o que for, e aí a gente aponta pro tradutor: acho que tem coisa aqui. O problema é que no caso da poesia esses 20% ou 30% de refinamento são o próprio trabalho do tradutor. Não dá para pegar uma tradução meia boca de poesia e querer salvar, porque aí você vai estar fazendo o trabalho pelo tradutor, não é justo. Na 34, os editores são leitores e realmente pegam o texto para mexer, fazem sugestões aos autores, o que exige conhecimento e delicadeza, respeito ao estilo do autor etc. Nós entendemos que o processo editorial é uma colaboração. Esse tipo de colaboração leva tempo e exige muita delicadeza no trato. Tem o limite desse trato que é o limite da realidade administrativa — um editor não pode passar um ano travado em um só projeto, isso não é produtivo. A saída para isso é manter parceiros cada vez mais qualificados. O tradutor tem que ser o melhor possível, até porque mesmo os melhores tradutores vão dar e ter algum trabalho, é natural. Os editores não podem fazer o trabalho dos tradutores por eles, também não podem publicar uma tradução deficiente. Tudo, claro, é pensado tendo em vista o texto original e o respeito pelo leitor: o prazer que dá quando as pessoas vibram com um livro é o que recom pensa todo esse trabalho, significa que a tradução está à altura do original.

JMF — Qual é a importância das livrarias e da exposição dos livros nas gôndolas para a visibilidade e a circulação de livros de autores menos conhecidos? A exposição dos títulos em livrarias online consegue suprir os espaços das livrarias que têm fechado, ano a ano, no Brasil?

Cide Piquet — Quando vi as suas perguntas, pensei em conversar com o pessoal de vendas, mas acabei não conseguindo, então não estou tão atualizado sobre o estado da coisa. De certo modo, também não me envolvo muito com esse setor. Eu sei que o começo da pandemia foi assustador. Tudo fechando, tudo inseguro, ninguém sabia como ficaria o negócio no futuro próximo. Foram dois ou três meses de queda grande. Só que logo depois começamos a fazer campanhas agressivas de venda, de desconto em quase todo o catálogo, e o resultado foi muito bom. Parcerias com a Martins Fontes, feiras diretas no site da 34, descontos na casa dos 50%. No primeiro ano, confiamos totalmente nessa estratégia porque as vendas foram bem boas. Com o passar do tempo, o que se percebeu é que o pessoal está lendo mais. Algumas pesquisas corroboram isso. Digo por mim também: nunca comprei

tanto livro quanto na pandemia. Meus amigos editores dizem sentir o mesmo. As pessoas dentro de casa, com mais tempo... acho que isso foi meio que uma regra. Quem lia pouco passou a ler mais, quem não lia passou a comprar um ou outro livro. A 34, no final das contas, se saiu bem durante a pandemia. Felizmente, a percepção é de que o nosso mercado não foi tão prejudicado.

JMF — Durante a pandemia, quando as livrarias foram obrigadas a fechar, o impacto nas vendas de autores mais populares foi diferente do impacto nas vendas de autores menos populares? O desempenho do fundo de catálogo, nesse cenário, foi melhor ou pior que o desempenho geral da casa?

Cide Piquet — Com relação ao tipo de livro que foi mais impactado, se o fundo de catálogo cresceu mais ou não, eu não sei dizer. A sua hipótese me parece plausível: as livrarias geralmente têm na entrada os lançamentos e tudo o mais. É claro, quase sempre os russos da 34 estão bem expostos, porque sempre vendem bem. Mas é possível que, visitando o site da editora, ou então bisbilhotando o catálogo da editora no site das livrarias parceiras durante campanhas promocionais, o leitor descubra títulos interessantes e acabe comprando mais coisa junto com aquele livro que ele já queria comprar. Nossas parcerias com a Martins Fontes, a Livraria da Unesp e a Travessa, por exemplo, deram muito certo. Apesar de a onda da pandemia ter sido muito feia, conseguimos surfar, não nos afogamos. Teve uma coisa, na verdade, que impactou muito o mercado: a falência da Cultura. A falência da Saraiva também. Essas livrarias representavam uma grande parte das vendas da 34, o baque foi duro, então a gente já vinha tentando se reequilibrar há um tempo, tentando formar novas parcerias. A Martins Fontes é uma grande parceira atual — eu moro perto da melhor delas, inclusive, adoro comprar os livros lá e encontrar gente no café deles. A Travessa é uma livraria que tem crescido muito, tem ótimos livreiros, abriu duas unidades muito boas em São Paulo recentemente. Estamos vendo aparecer uma nova, a Megafauna, que abriu uma unidade no Edifício Copan. Outra ótima é a Livraria da Tarde, que abriu em plena pandemia! É muito bom que as coisas estejam voltando. Para quem se preparou para o pior, a tendência agora é melhorar.

6 ENTREVISTA COM PAULO HENRIQUES BRITTO, TRADUTOR E PESQUISADOR DE TRADUÇÃO

Paulo Henriques Britto nasceu no Rio de Janeiro em 1951. Aos 10 anos de idade, mudou-se para Washington com a sua família, onde viveu por dois anos e meio antes de voltar à terra natal. Rumou novamente aos Estados Unidos para cursar cinema em faculdades de Los Angeles e San Francisco, mas não chegou a concluir a sua graduação na área. No trânsito entre países e línguas, construiu o seu repertório linguístico e cultural.

De volta ao Brasil, iniciou uma duradoura relação com a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), a qual ainda vige: obteve licenciatura em Letras - Língua Inglesa e Portuguesa (1978) e mestrado (1982) pela instituição, onde trabalha como professor e pesquisador nas áreas de poesia e tradução literária desde 1978. A PUC-Rio ainda lhe conferiu, em 2002, o título de Notório Saber.

Britto publicou os seguintes livros de poesia: *Liturgia da matéria* (1982), *Mínima Lírica* (1989), *Trovar Claro* (1997, Prêmio Alphonsus de Guimarães, da Fundação da Biblioteca Nacional), *Macau* (2003, com o qual recebeu o prêmio Portugal Telecom e Prêmio Alceu Amoroso Lima), *Tarde* (2007, pelo qual recebeu novamente o prêmio Alphonsus de Guimarães), *Formas do nada* (2012, Prêmio Bravo! Bradesco Prime de Literatura) e *Nenhum mistério* (2018, Terceiro lugar no Prêmio Jabuti; prêmio Melhor livro de poesia do ano da Associação Paulista de Críticos de Arte; Prêmio Literário Biblioteca Nacional de Poesia). Nos Estados Unidos, foi lançada a antologia *The clean shirt of it* (2007), com tradução e introdução de Idra Novey, e em Portugal foi lançada a *Por ora: poesia reunida* (2020). Como contista, lançou *Paraísos artificiais* (2004, segundo lugar do Prêmio Jabuti) e *Castiçal florentino* (2021). Em meio à sua vasta e influente produção acadêmica na área de tradução, que conta com mais de 150 artigos publicados em jornais, periódicos acadêmicos e capítulos de livros, sem contar os textos publicados em anais de eventos, ele publicou os livros de ensaio *Eu quero é botar meu bloco na rua* (2009), *Cláudia Roquette-Pinto* (2010) e *A tradução literária* (2012a).

Paulo Henriques Britto é também uma referência no campo da tradução, tanto do ponto de vista da prática quanto do ponto de vista da teoria. Sua atuação como professor na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, inclusive, focaliza o trânsito entre esses campos: ele oferece, regularmente, oficinas de tradução de ficção e oficinas de poesia, além de disciplinas teóricas focadas na formação de tradutores para o mercado. O volume e a qualidade da sua produção tradutória chamam atenção: Britto já traduziu mais de 120 livros, dentre os quais encontram-se obras de autores canônicos e mundialmente reconhecidos, como William

Faulkner, Elizabeth Bishop, Lorde Byron, Emily Dickinson, John Updike, Thomas Pynchon, Wallace Stevens, Philip Roth, Noam Chomsky e Charles Dickens. Se, em geral, os profissionais da tradução não gozam de visibilidade e prestígio, Britto faz parte de um seleto grupo de tradutores nacionalmente reconhecidos cuja assinatura é capaz de agregar prestígio e certeza de qualidade para os livros traduzidos.

Para realizar a entrevista com Paulo, delineamos alguns tópicos com antecedência, mas as perguntas surgiram ao longo da conversa. Além disso, adotamos a primeira pessoa do singular nas perguntas. É a única parte de todo o trabalho escrita assim. A entrevista ocorreu pela plataforma Zoom e durou aproximadamente uma hora e cinco minutos. Abaixo, segue o texto da entrevista transcrita e editada para os fins deste trabalho.

A ENTREVISTA

João Moura Fernandes — Paulo, imagino que os alunos dos seus cursos de tradução e as pessoas que querem entrar no mercado, mas que não sabem por onde começar, sempre façam estas perguntas: como você começou a traduzir? Como entrou no mercado editorial?

Paulo Henriques Britto — Comecei a traduzir por acaso. Minha família passou uns anos nos Estados Unidos quando eu era criança. Foi naquela época que eu virei bilíngue e me apaixonei por poesia. Lembro que fiquei fascinado com os poemas de Emily Dickinson e Poe que passavam na escola. Depois de voltar ao Brasil, um pouco mais velho, fui de novo aos Estados Unidos, dessa vez para estudar cinema. Acabei largando cinema e voltando para o Rio. Lá para 1973, comecei a dar aula em um curso de inglês. Dava aula de inglês e de tradução. Em paralelo, comecei a traduzir para aumentar a renda. Traduzia o que aparecesse. Lembro de traduzir artigos para uma revista de divulgação científica — a vida do tradutor profissional é assim, e até que a gente aprende bastante com essas coisas, a experiência é muito válida. Até hoje sei alguma coisa sobre teoria das cordas. O que me empurrou para a carreira acadêmica nessa área foi uma coincidência. Quando estava na graduação de Letras da PUC-Rio, faltando muito pouco para começar o período, o professor de tradução literária ficou doente. A PUC precisava encontrar um substituto e não tinha tempo hábil para nenhum processo seletivo ou negociação mais séria. Como eu estava dando aulas de tradução, era bilíngue e era bom aluno, acabei sendo contratado em regime de urgência, de modo que acabei sendo aluno e professor por alguns meses. O curso deu certo, logo eu me formei e

fui efetivado. A partir disso, eu passei a ter essa dupla atuação com a tradução. Dava aulas e traduzia. Fiz trabalhos para a L&PM, para editoras menores, para a Brasiliense. Foi só quando o Luiz Schwarcz me chamou para trabalhar na editora que ele ia fundar, a Companhia das Letras, que eu me fixei. Desde então trabalho basicamente só para eles.

JMF — A Companhia foi fundada em 1986, Paulo, há 36 anos. Desde então você não fez trabalhos por fora?

PHB — Olha, eu trabalhava quase como um tradutor fixo na Brasiliense, mas fazia trabalhos por fora. Na década de 70 e 80, a coisa era mais frouxa. Tudo mudou bastante de lá para cá. Tenho a impressão de que era mais vale-tudo e foi ficando mais profissional. Luiz Schwarcz era um jovem editor lá da casa, mas já era bem respeitado. Uma vez, quando veio para o Rio, nós jantamos juntos. Ele me falou que ia abrir uma nova editora e me convidou para trabalhar com ele. De lá para cá, praticamente só trabalhei para eles mesmo. Tirando uns casos, acho que o que eu posso falar é sobre o trabalho com eles. Lembro que, logo no início da Companhia, eu ainda fiz um livro para a L&PM. Já tinha acertado com eles antes e tudo o mais. Fiz um livro menor para ajudar uma amiga que estava tentando abrir uma editora. Acabei fazendo também um livro para a Rocco, do Ted Hughes, poeta que foi casado com a Sylvia Plath. Pedi um prazo longo, porque eu trabalhava para a Companhia das Letras e dava aula na PUC, não poderia priorizar o projeto, mas eles queriam porque queriam que eu traduzisse. Eu já tinha um certo nome como tradutor de poesia, mas não conhecia nada do Hughes. Claro que estudei o suficiente para traduzi-lo, mas não sou nenhum grande conhecedor da obra dele. Tem também um caso engraçado de tradução que fiz por fora. Traduzi *O som e a fúria* (William Faulkner) para a Cosac Naify a pedido de um amigo meu que tinha sido o editor do meu primeiro livro de poesia, o Augusto Massi. Avisei para a Companhia que ia fazer esse livro porque era um pedido pessoal de um amigo, mas aconteceu que alguns anos depois a Cosac fechou. Sabe onde *O som e a fúria* acabou sendo reeditado? Na companhia das letras.

JMF — O pedido da Record para que você traduzisse Hughes foi feito em reconhecimento ao seu nível de qualidade, como tradutor, e de especialização, como tradutor de poesia. Na Companhia, você recebe títulos difíceis de traduzir por conta dessa mesma razão. Você diria que há uma diferenciação clara, dentro das editoras para as quais já trabalhou, entre tradutores especializados e tradutores comerciais? Caso exista, como essa diferenciação se manifesta nos procedimentos da

casa (estabelecimento de prazos e valores, distribuição de títulos por relevância entre os tradutores etc.)?

PHB — É uma boa pergunta, mas eu não sei se sou a melhor pessoa para responder. Eu nunca trabalhei com editoração — até trabalhei uma vez, mas lá se vão quarenta anos ,— então não sei muito bem como funciona do ponto de vista do planejamento editorial, da concepção dos projetos .

JMF — **Você recebe livros para traduzir de modo indistinto em relação a tradutores menos experientes? A Companhia manda tanto best-sellers quanto livros de alta literatura, estabelecem os mesmos prazos, os mesmos valores e tudo o mais?**

PHB — Na verdade, eu só traduzi um livro que vendeu muito bem e virou uma espécie de *best-seller*, justamente o meu primeiro na Companhia, o *Rumo à estação Finlândia*, de Edmund Wilson. Olha que eu tenho mais de 120 traduções publicadas, mas só um best-seller. A Companhia não manda best-sellers para mim, manda para tradutores mais jovens e mais baratos, digamos assim. Eu sei que, como sou tradutor da casa há muito tempo e pego os abacaxis, recebo uma lauda diferenciada, mas não sei dizer como funciona essa diferenciação. Eu costumo receber alguns dos livros mais pesados da casa. Alguns chegam a ser incrivelmente difíceis, como o *Mason & Dixon*, do Thomas Pynchon, que me tomou vários anos de trabalho — isso porque eu tive a ajuda constante do autor, senão seria ainda mais difícil. Eu pego essas coisas que os mais inexperientes não podem pegar, mas parece que o que vende mais vai para eles.

JMF — **Sabemos que, para muitos best-sellers e livros de oportunidade, as editoras comerciais costumam trabalhar com prazos muito curtos, às vezes inviabilizando a qualidade da tradução. Como é o trabalho na Companhia nesse sentido?**

PHB — Uma vez só, em 1985, eu fui chamado para traduzir um livro sobre o cometa Halley. Minha avó contava que o cometa Haley encheu o céu em 1910, que era enorme e iluminou tudo. Um cara ficou rico nos Estados Unidos vendendo pílulas e dizendo que o cometa ia deixar gases tóxicos, que só ele tinha o remédio. As pessoas se apinharam nas igrejas, foi um caso global. Ele passa a cada 76 anos, mas foi só na véspera da nova passagem que a Brasileira me ligou pedindo para traduzir o livro a toque de caixa para aproveitar a ocasião. Eu chiei né, falei: “vem cá, a gente sabe que o cometa vai passar em 1986 há mais de 75 anos e vocês me pedem isso em cima do laço”? Fiz a tradução meio nas coxas, não teve jeito. Pelo menos não era um livro muito complexo, em termos de linguagem, e eu tinha a

sorte de ter sido astrônomo mirim — adorava observar o céu com o meu telescópio, lia livro de astronomia, tive até algumas aulas mais específicas. Essas coisas amenizaram, mas foi uma situação chata. A boa tradução tem o seu tempo. Eu costumo combinar o prazo com o editor de acordo com a obra, e tento ser razoável no cálculo para não deixar a editora de molho e nem entregar uma coisa corrida. No caso do livro e questão, acabou que o cometa passou muito longe e foi a maior frustração. Eu e uns amigos fomos para a “festa do cometa”. Todos queríamos ver o cometa de noite, passamos a noite bebendo e esperando o cometa, mas só deu para ver uma manchinha no céu. A próxima passagem você vai ver, mas eu não vou ver, não. Se você estiver trabalhando em alguma editora, fala com ela com antecedência pra ela não ter tanta falta de planejamento a ponto de decidir falar do cometa a meses da passagem dele. A Companhia das Letras é mais profissional sob esse aspecto. Eu trabalhei para a Brasiliense, para a LPM, para outras editoras, e já traduzo há mais de 50 anos. Eles são muito mais profissionais que todos que eu conheço. Eles já sabem quando vão ser as efemérides e já estão com os livros sendo produzidos com muita antecedência, eles dominam o tempo do livro. O mercado como um todo está muito mais profissional.

JMF — O tradutor que é pesquisador costuma ter certo engajamento, seja com uma obra específica, com um autor, com um gênero.... Você é encarado como um tradutor especialista em poesia, que é a sua principal área de pesquisa na universidade, mas sei que você tem as suas preferências e seus estudos pessoais sobre alguns autores. Você já apareceu na editora com alguma tradução pronta? Já sugeriu algum livro que queria traduzir por interesse pessoal?

PHB — Apresentei projetos raríssimas vezes. Geralmente é a editora que me procura mesmo. Quando a Companhia abriu, eu estava traduzindo alguns poemas do Wallace Stevens nas horas vagas. Mostrei o que eu já tinha pro Schwarcz, que gostou e topou publicar. Só pediu que eu fizesse mais poemas para encorpar a antologia. Traduzir é uma forma de ler e de aprender o estilo de um autor, então, às vezes, principalmente quando o tradutor é escritor também, ele quer traduzir por curiosidade, por vontade de se apossar daquela dicção. Foi muito bom para mim, gosto muito do Stevens. Logo em seguida, comecei a traduzir o Byron por conta própria também, mas aí a Companhia já não se interessou. O Byron acabou saindo pela Nova Fronteira, está lá até hoje. Uma vez eu estava de viagem pelos Estados Unidos quando vi que tinham publicado as cartas da Elizabeth Bishop, uma coisa linda. Assim que consegui, liguei para o Schwarcz para indicar o livro, mas ele disse que já sabia do livro, que estava negociando os direitos e que já tinha pensado em mim para traduzir. Ou seja, eu

até propus o projeto, mas ele não partiu só de mim. Como sou um dos mais antigos na editora, tenho uma entrada boa com o Schwarcz e os editores. Se quiser traduzir a sério, entro logo em contato para ver se dá samba, mas é raro. Traduzo mais é poema esparso para discutir em sala de aula.

JMF — Você costuma escrever paratextos, textos de divulgação, ou então participar desses eventos de divulgação em torno do livro?

PHB — Paratextos? Raramente. Uma vez fiz para o livro das cartas do Mário de Sá-Carneiro para o Fernando Pessoa. São poetas que eu conheço bem, então topei e fiz. Fiz paratexto para o livro do Gregorio Duvivier, que foi meu aluno. Fiz também para o livro do Fabrício Corsaletti. Do ponto de vista dos eventos de divulgação, o livro em que eu mais contribuí foi o da Elizabeth Bishop. Sou chamado para todos os lançamentos e efemérides, sou convidado a falar dela em universidades, faço palestras, comento, dou entrevistas. Até hoje é assim. A obra dela eu ajudei bastante a divulgar.

JMF — E para os livros que você traduziu?

PHB — Para os livros que eu traduzi também não é uma coisa que eu faça regularmente.

JMF — Isso ocorre tanto para prosa quanto para poesia?

PHB — Não costumo fazer paratexto ou participar de eventos sobre as traduções que fiz de prosa. Geralmente só participo dessas coisas para poesia mesmo. Vão relançar uma obra completa em breve — a Companhia pediu sigilo por enquanto, então é melhor você não publicar de quem é na sua monografia. Cada livro vai ter o posfácio escrito por um autor ou especialista diferente. Fui convidado a escrever um. Por acaso, é um poeta de predileção meu. Já escrevi ensaios sobre a obra dele em outras oportunidades e tudo o mais. É mais raro ter esse tipo de relação com os autores de prosa.

JMF — Há variação, em termos de processos editoriais (prazo, pagamento), entre trabalhos de tradução de prosa e de poesia?

PHB — Em poesia, o cálculo não é feito por lauda como é com a prosa. Acaba que tem uma lauda muito mais cara. Os prazos também costumam ser bem mais dilatados. Único trabalho de poesia que fiz com um prazo pré-determinado foi a tradução do Hughes para a Record. Poesia é sempre negociada de maneira diferente. Em prosa costumo informar mensalmente a quantidade de páginas que traduzo e vou recebendo aos poucos. De algumas décadas para

cá, a Companhia das Letras adotou uma prática maravilhosa. Antigamente era o seguinte: você entregava a tradução com aquela palavra que pesquisou por um século só para não ter que empregar a palavra mais óbvia, quando não a errada. Aí, quando o livro saía, você via lá a palavra óbvia ou a errada porque o revisor riscou a sua solução e substituiu a palavra que você encontrou a duras penas. Já te contei o caso da *pearl pistol*? Eu estava traduzindo para a Brasiliense e li um termo que não conhecia: *pearl pistol*. Pesquisei e descobri que é um tipo de pistola estilizada, com coroa de madrepérola, dessas que aparecem em alguns filmes. Aí eu coloquei: “pistola com coroa de madrepérola”. Pronto. Quando o livro saiu, estava lá: “pistola de pérola”. Liguei revoltado para o meu editor na Brasiliense, pedi para falar com o revisor e reclamei: “a mulher tá segurando uma pistola no meio da cena, aí ela aperta o gatilho e – *poff!* – sai uma pérola?”. Ele respondeu: “ah, não, mas era o que estava escrito”. Eu fiquei muito irritado. Disse que não, que não era o que estava escrito, que uma pistola com cabo de madrepérola é totalmente diferente de uma pistola de pérola. A partir daquela vez, que não foi a primeira, eu estabeleci com os editores um método: ao fim de todo processo de revisão, eu fazia uma ligação longa com o revisor para aprovar cada correção. Me dispunha a fazer isso em um prazo curto, até virar a noite eu virava para não atrapalhar ou atrasar nada. Logo chegou a internet e facilitou as coisas, porque comecei a receber as revisões no meu computador para aprovar ou não. Eu aceito virar noite para não atrasar o processo, o que não permito é que aconteçam barbaridades. Resultado: a editora percebeu que a qualidade aumentou muito e adotou uma remuneração por essa etapa do trabalho que a gente chama de revisão da revisão. Hoje, a Companhia me paga pela tradução e pela revisão da revisão. É um custo a mais? É, mas garante uma qualidade muito maior. Aos poucos, entrou na cabeça dos editores que uma tradução de qualidade não é um luxo. É melhor o livro ir para o tradutor, depois passar pelo revisor, então voltar para o tradutor, mesmo que isso crie um custo extra e possivelmente atrase o processo, do que ele ser publicado com erros que interrompem a leitura. Esses percalços da leitura não são pouca coisa. Você interromper a leitura de alguém por causa de uma passagem mal escrita pode fazer com que essa pessoa não volte a ler, que ela vá fazer outra coisa e abandone o livro, que ela deixe de comprar ou que ela não indique o livro. Quando esse tipo de equívoco é criado no processo editorial, seja na tradução ou na revisão, tanto pior, porque é responsabilidade da editora fazer com que esse processo seja o melhor possível.

JMF — A verdade é que quanto mais idas e vindas, quanto mais revisões, melhor, né? Se fizerem 10 revisões, o décimo revisor ainda vai pegar alguns detalhes.

PHB — Exatamente. Por que a *King James Version* (KJV) é tão boa? Você sabe como a Bíblia *King James* foi feita, né? Tinha um monte de Bíblia horrorosa circulando pela Inglaterra, aquela coisa toda depois do Gutemberg de cada um querer ganhar dinheiro fazendo a sua. Uma das que circulavam, para você ter uma ideia, conhecida como *Wicked Bible* (“Bíblia maldita”), foi proibida. Os responsáveis por ela sofreram uma multa pesadíssima. Ela se tornou raridade, passou a valer uma fortuna no mercado clandestino. O quinto mandamento dela era “Thou shalt commit adultery” (“cometerás adultério”), sem o “not”. O Rei James uma hora falou: olha, está uma zona isso, vamos fazer uma tradução decente. Contratou a peso de ouro quem entendia melhor de latim, quem entendia melhor de hebraico, pegou um monte de rabinos, falantes de grego, todo mundo que tinha, e deu um prazo para fazerem uma tradução extraordinária. Para você ter uma ideia de como a KJV era boa, naquela época os católicos compravam a KJV para usar como base, mesmo sabendo que a Bíblia protestante tem menos livros, e compravam uma Bíblia católica para ler só os livros que faltavam. Por quê? Porque todas as Bíblias católicas, literariamente, eram uma porcaria perto da *King James Version*. A situação só foi mudar quando os católicos decidiram imitar a KJV: contrataram um grupo de tradutores para traduzir os livros que faltavam, mas o fizeram com base no estilo da KJV. A questão dos direitos autorais não era rígida, então era possível fazer esse tipo de coisa; mesmo assim, estava lá na folha de rosto: “tradução baseada na KJV”. De lá para cá, fizeram mais de duzentas traduções da Bíblia, mas ninguém usa outra que não seja a *King James Version*. Investir em novas Bíblias em língua inglesa é bobagem. Pode até dar dinheiro — afinal, deve ter uma razão para publicarem umas duas novas traduções por ano. Mas é bobagem, eu não imagino como pode render alguma coisa, as pessoas só compram a KJV. Não dá para espernear contra a competência. O caso da KJV ainda tem um a mais: ninguém se incomoda porque uma tradução bíblica usa uma linguagem rebuscada, até porque é isso o que todos esperam da Bíblia, então é um tipo de tradução que não envelhece, que não cai em desuso. Ela foi feita pouco depois de Shakespeare, ela nasceu no seio de uma época de ouro da linguagem literária anglófona. E, o que é mais fantástico, ela continua sendo aprimorada. Se saem novos achados do hebraico, corrigem a KJV. “Perfeito”, eles pensam, “vamos melhorar, o que importa é ficar melhor”. É uma tradução estupenda desde o início e ainda é aberta a melhorias pontuais. É uma vencedora desde que foi feita e tende a continuar sendo vencedora no longo prazo.

JMF — **Esse é um exemplo perfeito para o que estou estudando no TCC, Paulo. Minha ideia é justamente a de que uma tradução literária especializada pode favorecer**

vendas de longo prazo daquilo que se entende como fundo de catálogo. No trabalho eu cito o caso da editora 34, que fica ao lado da USP. Ela agrega professores especialistas em certas literaturas, contrata-os para traduzi-las, para resenhá-las, para revisá-las etc. Eles trocam ideias, se aprimoram, se comentam, se criticam. Isso aperfeiçoa o produto de forma que ele fica mais duradouro, mais vivo e destacado no longo prazo; ele se impõe pela qualidade e desestimula traduções menos intensivamente trabalhadas.

PHB — Tenho mais um exemplo que está na minha cabeça agora: o Proust da editora Globo. Eu li Proust em inglês, uma vergonha, mas é porque eu estava morando na Califórnia naquela época. Comprei para a Santuza, a minha mulher, o Proust da Globo. Só para você ter uma ideia, os primeiros volumes são traduzidos pelo Quintana, o quinto pelo Bandeira e o sexto pelo Drummond. Tá bom ou quer mais? Além disso, um meteu a mão na do outro, outros grandes autores também meteram a mão. O volume do Quintana é impressionante, é uma tradução espetacular, não tem sentido investir em outra. Eu pesquisei outras, li trechos de outras para comparar, e vai até sair uma nova pela Companhia das Letras, mas não tem jeito: eu indico para as minhas turmas de Cânone Ocidental da PUC a tradução da editora Globo. Todos sabem que tradução envelhece, mas uma tradução muito boa envelhece muito mais devagar e com muito mais estilo.

JMF — **Como é que você enxerga o fato de que muitos autores fundamentais de línguas próximas não tenham tradução no Brasil, mas outros autores tenham sido traduzidos tantas vezes?**

PHB — Os tradutores disputam um pouco entre si. Provar que pode traduzir melhor, em muitos casos, é provar que escreve melhor. Um caso escandaloso é o do Baudelaire. Saíram duas traduções das *Flores do mal* nos últimos anos, uma do Mário Laranjeira e outra do Júlio Castañon Guimarães, sendo que deve haver umas dez outras rolando por aí. Sabe quem editou a do Mário Laranjeira? A Martin Claret. Um livro feio, não entendo porque ele se prestou a isso. É um tradutor respeitado, é uma obra respeitada, mas a coisa foi jogada lá embaixo. Eu tive que prender a respiração para comprar. Colocar a edição dele na estante ao lado das edições de boas editoras preocupadas com a qualidade da tradução me fez perceber como é importante também o conjunto: capa, editora, texto, cuidado, paratexto. Tudo isso influencia a recepção também. Você desprestigia o bom texto e a boa tradução

quando faz um trabalho ruim, quando sai por uma editora complicada. Tem obra ruim que mancha catálogo, mas tem catálogo que enterra obra boa.

JMF — Em termos de venda, você consegue identificar qual tipo de obra vende mais?

Percebeu alguma diferença no pagamento dos direitos autorais durante a pandemia?

PHB — É uma confusão. Já me explicaram muitas vezes como funcionam os meus direitos autorais e eu não consigo gravar. Livros de um jeito eu ganho x% até z exemplares; livros de outro jeito eu ganho y% a partir de h exemplares; outros livros eu ganho sempre a mesma parcela. Eu recebo a cada três meses um relatório com as vendas e os direitos autorais de cada livro. Meu filho é quem administra tudo. A cada três meses eu recebo alguma coisa, mas não sei dizer exatamente de onde vem, então não sei nem dizer quais vendem melhor. Não sei avaliar também se as vendas melhoraram. Tem que perguntar para o meu filho.

JMF — Você disse que não acompanha os relatórios dos livros que você traduz, mas e dos seus livros autorais?

PHB — Meus livros autorais não vendem nada. O único que vendeu foi o *Macau*, que ganhou aqueles prêmios todos, o resto vende muito pouco. Meu primeiro livro de contos, *Paraísos artificiais*, vende melhor que todos os livros de poesia juntos, exceto *Macau*. Eu sei que *e-book* não vende nada, nem tradução nem autoral. O que vende mesmo é livro físico. *Paraísos artificiais* vendeu uns dois exemplares de outubro a dezembro de 2021, sendo que, em 2019, antes da pandemia, vendeu 81 exemplares no mesmo período. Vendo assim, tenho a impressão de que a pandemia não ajudou nas vendas, pelo contrário. Pode ser aquela história: online, a gente pesquisa um livro específico, compra e fecha o site para ver outra coisa. Na livraria, a gente vai pegando um monte de coisa e depois tem que calcular o que deixar para trás. As prateleiras deixam coisas muito boas juntas, conversando, e aí a gente tenta levar a conversa para casa, dá a sensação de que levar só uma parte da conversa para casa é fazer uma compra capenga. Acho que a gente perde um pouco isso. O que vai acontecer no futuro é isso: as editoras vão manter em catálogo, mas vão imprimir por demanda. Eu vivo recebendo pedidos dos meus livros do Brasil inteiro, mas qual é o sentido de a editora imprimir um monte de livros, pagar estoque e pagar frete para não perder um ou dois leitores apenas? Ela prefere perder esse leitor. Mas, aí, ou se faz uma impressão por demanda ou se faz um *e-book* a um preço camarada. O livro que mais me pedem e que a Companhia não reedita é o *Arco-íris da gravidade*, do Thomas Pynchon.

JMF — **É comum uma interferência grande dos editores no texto que você envia ou o seu contato é mais com o revisor ?**

PHB — É mais com o revisor. Eu tenho contato com editor, mas em relação ao texto é mais o revisor mesmo. Eu tipicamente entrego a tradução e, depois de um tempo, recebo de volta para aprovar ou não. Esses dias recebi a revisão de uma tradução que mandei há 2 anos. A revisora falou: “olha, a Jane Austen refere-se a si mesma como ‘author’ em uma linha e ‘authoress’ em outra, e você usou ‘autor’ e ‘autora’”. Eu falei: “é, eu não sei por que diabos ela fez isso, mas eu respeitei o intento. Se quiser padronizar em ‘autora’, pode fazer, o motivo da variação não parece fundamental, mas acho que foi intencional. Deixa essa com o editor”. Sempre peço que o revisor vá mandando as dúvidas conforme aparecem. É importante ter um canal direto para ir acertando coisas ao longo do processo.

JMF — **Em poesia isso se verifica?**

PHB — Em poesia, sim. Às vezes, os revisores acham; às vezes, não acham. Tem uma coisa inacreditável: eu fiz duas edições da tradução da poesia completa da Bishop. Na primeira, tem um poema falando sobre o ônibus em que ela fala “the lights all went off” e eu traduzi “as luzes todas se acendem”. Você conhece o meu método: eu fiz uma primeira tradução, depois cotejei, depois li em português sem cotejar. Mesmo assim, passou por mim. Depois passou por todos os revisores. Dei um puxão de orelha geral, porque essa é uma coisa que passa, a gente se esforça ao máximo, mas passa, e aí a gente espera que alguém pegue. Tomara que a primeira edição seja engavetada.

JMF — **Mas como funciona a interferência em poesia? Já viu revisor meter o bedelho em forma, em efeito de estilo, ou é só em conteúdo que eles mexem?**

PHB — O que acontece é que há um grau de confiança maior no tradutor de poesia. Respeita-se mais as suas escolhas, principalmente as formais. Então acaba sendo, sim, um pouco mais focado em conteúdo. Por outro lado, o que está acontecendo na Companhia agora é que tem dois editores que lidam comigo, um de poesia e um de prosa. O editor dos meus contos foi o Emílio Fraia, que é contista; quem edita minha poesia é a Alice Sant’Anna, poeta, colega de vocês. Os livros de autor eles botam para serem trabalhados por pessoas do métier. Em tradução, idem: já há muito tempo quem revê as traduções de poesia é gente ligada à área e com experiência. Isso tem sido muito bom, eleva o trabalho que já foi só de revisão ortográfica.

JMF — E para tradução de poesia?

PHB — O mercado de tradução de poesia é tão pequeno que é dominado por poetas, não vejo as editoras entregando originais para não-poetas traduzirem, para gente que não é da área. O máximo que eu vejo é entregarem para não poetas que já traduziram muita poesia, então acabam sendo da área.

JMF — A tradução da poesia completa da Emily Dickinson, segundo o Adalberto Müller, rodou entre editoras que não quiseram publicar. O que você acha disso?

PHB — O trabalho é muito grande. Não é só uma questão de venda, é paralisação de pessoal. Uma editora comercial não tem como parar e botar tanta gente para fazer um livro daquele com uma diagramação requintada, um trabalho extenso. Mas é estranho porque é uma edição que vai ficar, é a primeira vez que publicam a poesia dela em português em tradução ou não, e é uma tradução que vai ser referência para sempre. É a primeira. Não tem mais razão para os estudantes de letras-inglês importarem. É estranho as editoras comerciais não se interessarem por um projeto fantástico como o do Adalberto, que certamente vai se pagar a longo prazo.

JMF — Como você vê a relação dessas pessoas, geralmente da academia, que têm suas predileções e até traduções de obras avançadas mas não encontram quem publique?

PHB — As editoras universitárias nos Estados Unidos são as que fazem isso. O Guilherme Gontijo faz aqueles calhamaços, produz às pencas. Ele traduziu por conta própria aquele livro imenso, *The anatomy of melancholy*. É monstruosamente longo, o autor passou a vida inteira escrevendo. É um tipo de livro que quem quer baixa uma edição online, porque o livro está em domínio público, e a gente nem tem espaço em casa para botar obras tão grandes. Ou baixa ou lê na biblioteca. Quantos são os leitores potenciais para *The anatomy of melancholy*? Eu adoraria ler, mas nem sei se algum dia vou ter tempo para isso. Eu entendo as editoras comerciais. Quem topa imprimir esse tipo de obra? Talvez duas, três. A Editora UFPR publicou o livro do Gontijo, a Editora UnB e a Editora da Unicamp publicaram juntas o do Adalberto. Talvez seja por aí, essas editoras que têm como política não jogar dinheiro no ralo, mas que aceitam publicar obras que não vão dar muito retorno, que talvez seja só para pagar o trabalho empenhado nele. Dickinson vende, sempre vendeu, então não posso dizer porque as editoras não quiseram. Mas quem vai comprar essa nova do Guilherme, *Gargântua e Pantagruel*, do Rabelais, também do Gontijo? Para mim, é um dos livros mais engraçados do mundo, eu adoro, li em inglês e tenho uma edição em

português de Portugal, comprei para o meu filho. Vou comprar a do Gontijo. Mas quem mais? Eu vou oferecer na disciplina de Cânone Ocidental, por exemplo, um capítulo em que ele fala sobre o melhor limpa-cu que existe. Ele diz que o gato é ruim porque arranha muito e solta pelo, que o melhor é o ganso, que o pescoço encaixa perfeitamente e limpa direitinho. É de chorar de rir. Jonathan Swift tirou muita coisa dali. Ele tira de *Gargântua* uma cena em que Gulliver bebe toneladas de cerveja para apagar um incêndio mijando, e o mijo forma um rio. Uns peregrinos veem o rio de mijo e começam a comemorar porque acreditam ter finalmente chegado ao Jordão. Detalhe: o autor era padre, e havia um *imprimatur* da Igreja Católica autorizando a publicação do livro. Como os tempos mudam, né? No final da Idade Média, a grosseria não era encarada com maus olhos. O livro é cheio de humor escatológico.

JMF — Paulo, se não me engano o livro vai sair pela 34 [informação confirmada posteriormente].

PHB — Jura? Que maravilha. Vai sair então Rabelais e Cesaire pela 34 — você sabe, né?, da *Tempestade* que ele fez com o André Capilé? Que bom que eles estão investindo nesses clássicos, e em especial esses clássicos que você lê por prazer, que não lê só por obrigação ou erudição. Achei que seria livro de editora universitária. Tomara que venda. Se houver uma recepção decente, se os resenhistas e os suplementos prestarem atenção, a coisa pode acabar se tornando um sucesso. Quem sabe.

8. CONCLUSÃO

Completado o arco do nosso trabalho, que já descreve um movimento bastante longo, limitamo-nos a realizar um breve conjunto de considerações finais ao modo de um inventário de ganhos e perdas. O Trabalho de Conclusão de Curso, que partia, como dissemos no início, de uma multiplicidade de interesses e formações culturais, acabou ele mesmo múltiplo, pelo menos no que diz respeito à diversidade dos gêneros que costura: a narrativa histórica, a análise de dados derivados de pesquisas de mercado, o estudo propositivo sobre estratégias de composição de catálogo, o estudos especulativo acerca dos posicionamentos tradutórios na academia e no mercado, e, por fim, as duas entrevistas, também diversas entre si em termos de tom e método.

Acreditamos ter, de certo modo, estabelecido um bom conjunto de informações básicas no nosso capítulo 2. O panorama construído, se não exaustivo, pelo menos oferece uma base comum, uma forma de fazer a argumentação geral dar pé e não se afogar. O ambiente *online* é pródigo em proliferação de pseudo-pesquisas e falsas notícias, de modo que foram muitas as informações errôneas atravessadas em nosso caminho enquanto tentávamos esboçar um cenário. Buscamos priorizar as pesquisas de mercado mais respeitadas e tradicionais do Brasil, mas elas também têm as suas inconsistências — mudança de peso entre duas edições, retirada de informações entre uma pesquisa e outra (como a parcela de mercado das traduções, informação que não consta na última Pesquisa e Vendas e que seria de fundamental importância para nosso argumento). Padrão, consistência e continuidade são critérios muito importantes para pesquisas quantitativas, sem as quais é muito difícil basear análises diacrônicas e sincrônicas acerca de problemas históricos que se desdobram em situações presentes. Essa, certamente, foi uma das grandes dificuldades do trabalho.

No capítulo 3, que diz respeito à composição de catálogo, ao fundo de catálogo e às estratégias de posicionamento editorial, apresentamos mais alguns dados acerca da situação atual do mercado, em especial a respeito da concentração e da dificuldade de posicionamento de pequenas editoras. Ao trazer para o debate os conceitos relativos à teoria da dinâmica de capitais (Bourdieu e Thompson), propusemos uma forma de tornar mais precisas as análises, destrinchando os efeitos das relações sociais estabelecidas no setor editorial para propor atividades capazes de gerar diferentes tipos de valores, e não apenas valores monetários, ainda que sem jamais perdê-los de vista. Com essa complexificação conceitual, esperamos ter favorecido a emissão de uma opinião mais clara em defesa das estratégias de fundo de catálogo no ambiente tradicional e no virtual que vislumbramos.

No capítulo 4, dedicado à questão da tradução, lançamos mão de uma discussão muito cara aos estudos do campo, a saber: a (in)especificidade do material linguístico e a função de mediação social/cultural de um tradutor, que opera com valores tanto quanto com linguagem artística. Novamente, lançamos mão de conceitos provenientes das argumentações dos capítulos 2 e 3 e buscamos expor os significados da tradução, da tradução literária e da tradução literária especializada dentro de uma perspectiva nacional e internacional. Operando um método retórico clássico, a saber, o estabelecimento de limites teóricos opostos ao modo de pares de oposição, pudemos defender uma via ponderada que podemos sintetizar sob o termo “central”, a tal “via do meio” citada ao longo da seção, com vistas à qualidade e ao cumprimento das regras do jogo editorial sem abrir mão de questões propriamente estético-linguísticas e político-tradutórias. Não ignoramos a potencialidade das traduções experimentais, tanto as estrangeirizantes quando as domesticadoras, tanto as provenientes da liberdade absoluta do tradutor quanto as da tradução literal hiperfiel ao conteúdo. A rigor, toda tradução, como nova criação, tem o seu público, e são muitos os tradutores cuja criatividade permite suportar trocas fantásticas, mas a nossa preocupação sempre foi, desde o início, pensar um tipo de tradução consensualmente entendida como tal e produtiva na geração de valores passíveis de reconhecimento da comunidade no curto e no médio prazo.

O capítulo 5, constituído pela entrevista com Cide Piquet, é especialmente esclarecedor, senão para o leitor, para quem escreve. Isso porque, mesmo tendo decidido entrevistar o editor após uma longa pesquisa acerca do perfil das casas editoriais brasileiras de porte pequeno ou médio com atividade independente em relação a grandes redes de comunicação, a convergência das políticas da casa com aquilo que se defende neste trabalho é muito grande. A consciência com que se pensa a atividade tradutória da casa, espinha dorsal do seu catálogo, em relação não apenas com a atividade de agentes especializados, mas quase em consórcio com a instituição especializante (a universidade e as instituições de pesquisa e ensino), assemelha-se a uma aplicação prática e experimental daquilo que se estuda e defende nesta pesquisa. O sucesso dos empreendimentos da casa, ao nosso ver, fazem crer na potencialidade da nossa hipótese, a de que a tradução literária especializada é capaz de gerar benefícios e retornos de longo prazo para as casas editoriais brasileiras, na medida em que mantêm a camada dos fundos de catálogo ativa e imponente, inclusive com benefício em termos de concorrência. Assim, a entrevista merecerá, em um futuro não distante, um trabalho dedicado, ou então uma publicação em separado, com o devido tratamento.

Um aspecto que resultou em uma conjectura relevante a partir da entrevista com Cide, porque em certa medida tensiona e obriga questionar uma visão que mantivemos ao longo do início do nosso trabalho, é a percepção de que as vendas online e as atividades de marketing nas redes oferece um retorno suficiente para compensar e até superar as perdas com livrarias físicas. Diante de perdas relatadas na casa dos 50% das vendas totais da editora com a falência de redes de livrarias que eram importantes parceiras, é de espantar o fato de que a editora tenha conseguido estruturar uma atividade online capaz de sustentar: 1. Vendas; 2. Prestígio; 3. Comunidade ativa; 4. Novas parcerias.

Outro aspecto que destacamos da entrevista é a ênfase em uma estratégia de coleções e desenvolvimento orgânico de títulos afins. Parece-nos claro que se trata de uma estratégia de consolidação de nichos, uma estratégia que encontra respaldo em dinâmicas do universo *online* no estado atual da internet, em que a precisão dos direcionamentos em anúncios e atividades em redes sociais permite alcançar com eficácia o nicho projetado. Essa é uma informação que parece dizer muito sobre a importância da coesão e do cálculo do fundo de catálogo como uma camada cujos livros repercutem entre si e retroalimentam vendas.

O capítulo 6, constituído pela entrevista com Paulo Henriques Britto, aponta diversos caminhos. Por ter sido uma entrevista mais livre, a quantidade de informações atravessadas pelas anedotas da experiência do tradutor revela a variedade de aspectos com os quais o profissional do ramo lida no cotidiano do ofício. Parece-nos interessante pensar a existência de Britto como a de um tipo diferente de tradutor especializado em relação ao que trabalha com a Editora 34 (o qual, a princípio, seria o foco deste trabalho, por favorecer a maioria das estratégias que elencamos nos capítulos 3 e 4): nota-se, por exemplo, um engajamento menor com os projetos da editora e com as redes formadas em torno das suas publicações; nota-se, também, um menor interesse do tradutor em partilhar a função editorial por via da proposta de projetos e do desenvolvimento de linhas centradas na personalidade criativa (contrabalanceado pela versatilidade e pela aceitação de variados projetos). Nota-se, por outro lado, a manutenção de boas práticas editoriais (prazos humanizados, remuneração por tarefas tipicamente não remuneradas, valorização do aspecto autoral do tradutor, foco na qualidade final do texto, emprego de profissionais especializados em cada área etc.) na editora em que trabalha (atualmente, parte de um grande conglomerado de comunicação), em uma convivência de interesses econômicos e simbólicos interessante que remete ao fato de que, mesmo depois de comprada por um grande conglomerado, não se abriu mão de práticas de quando a editora era respeitada como uma das melhores editoras, senão a melhor, do país — o que ajuda a desfazer

um dos cinco mitos mais disseminados acerca das corporações editoriais elencados por Thompson em seu *Mercadores de cultura*, o de que “as corporações não têm qualquer interesse em publicar livros de boa qualidade. Elas só estão interessadas na publicação de best-sellers comerciais” (THOMPSON, 2013, p. 154).

Acreditamos ter formulado, com o conjunto do material, bases necessárias para o desenvolvimento de uma próxima etapa, mais ampla, desta pesquisa. Tal próxima etapa, seja ela prática — via tradução e edição comercial — ou teórica — via desenvolvimento de nova pesquisa acadêmica —, pelo menos não partirá do nada. Se não surfar uma grande onda, pelo menos se sabe que dá pé.

REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, Walter. **A tarefa do tradutor**. Belo Horizonte: Fale/UFMG, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. Les conditions sociales de la circulation internationale des idées. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 144, Paris, dez. 2002. p. 3-8.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer**. 2ed. São Paulo: USP, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. Uma revolução conservadora na edição. Trad. Luciana Salazar Salgado e José de Souza Muniz Jr. **Política & Sociedade** – Florianópolis, v. 17, n. 39, mai./ago. 2018.
- BRITTO, Paulo H. **A tradução literária**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012a.
- BRITTO, Paulo H. Correspondência formal e funcional em tradução poética. In Souza, Marcelo Paiva de, et al. **Sob o signo de Babel: literatura e poéticas da tradução**. Vitória: PPGL/MEL / Flor&Cultura, 2006a.
- BRITTO, Paulo Henriques. Correspondências estruturais em tradução poética. **Cadernos de Literatura em Tradução** 7, 2006b, pp. 53–69.
- BRITTO, Paulo H. Fidelidade em tradução poética: o caso Donne. **Terceira Margem X** (15), julho-dezembro de 2006c, pp. 239–254.
- BRITTO, Paulo H. Tradução e ilusão. **Estudos Avançados**, 26 (76), 2012b, p. 21-27. Disponível em: www.revistas.usp.br/eav/article/view/47535. Acesso em: 01/04/2022.
- BUTLER, Sarah Funke. Document: Nabokov's Notes. **The Paris Review**, 29 fev. 2012. Disponível em: www.theparisreview.org/blog/2012/02/29/document-nabokov%E2%80%99s-notes/. Acesso em: 01/04/2022.
- CAMPOS, Augusto de. **Metalinguagem & outras metas**. São Paulo: Perspectiva. 2010.
- CAMPOS, Haroldo de. Tradução, ideologia e história. **Território da Tradução: Remate de Males** 4, 1984.
- CAMPOS, Haroldo de. Transluciferação mefistofáustica. In. **Deus e o Diabo no Fausto de Goethe**. São Paulo: Perspectiva, 1981.
- CAMPOS, Haroldo de. Da transcrição: poética e semiótica da operação tradutora. **Transcrição**. Org. de Marcelo Tápia e Thelma Médici Nóbrega. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- CARRENHO, Carlo. Livros digitais são 6,89% do mercado trade no Brasil, aponta Global eBook. **PublishNews**, 15 mai. 2017. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2017/05/15/livros-digitais-sao-689-do-mercado-trade-no-brasil-aponta-global-ebook>. Acesso em: 01/04/2022.
- CASANOVA, P. Consécration et accumulation de capital littéraire: la traduction comme échange inégal. **Actes de la recherche en sciences sociales**, nº144, 2002, p. 7-20. Disponível em: www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_2002_num_144_1_2804. Acesso em: 01/04/2022.

CASANOVA, Pascale. **La république mondiale des lettres**. Paris: Seuil, 1999.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro do leitor ao navegador**. Trad. Reginaldo de Moraes. São Paulo: UNESP, 1999.

COLLEU, Gilles. **Editores independentes: da idade da razão à ofensiva?** Trad. Márcia Atálla Pierroluongo. Rio de Janeiro: Libre – Liga Brasileira de Editoras, 2006.

DANTAS, Marta Pragana. A circulação da literatura brasileira no século XXI: tradução e mercado editorial. **Revista Letras Raras**. Campina Grande, Edição Especial, p. Port. 153-165., nov. 2019. Disponível em: <http://revistas.ufcg.edu.br/ch/index.php/RLR/article/view/1573>. Acesso em: 01/04/2022.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. Tradução Daniel Pellizzari. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

DELISLE, Jean; WOODSWORTH, Judith (Orgs.) **Os Tradutores na História**. São Paulo, Editora Ática, Tradução Sérgio Bath, 1998.

EVANS, Joseph. Publishers must help bookshops bounce back. **The Bookseller**, 4 jun. 2021. Disponível em: www.thebookseller.com/blogs/publishers-must-help-bookshops-bounce-back-1262119. Acesso em: 01/04/2022.

FEIJÓ, Mario. **Sobre o fundo de catálogo**. Mensagem recebida por: <jpmaf96@gmail.com > em 21 mar. 2022.

FUSSEL, Paul. “The nature of meter”. In. **Poetic meter and poetic form**. Ed. revista. Nova York: McGraw-Hill, 1979.

GUEST, Mark. Backlist sales surge in lockdown as shop closures hinder discoverability of debuts. **The Bookseller**, 3 jun. 2021. Disponível em: www.thebookseller.com/news/backlist-sales-surge-lockdown-shop-closures-hinder-discoverability-d-buts-1262123. Acesso em: 01/04/2022.

HALLEWELL, Laurence. **O Livro no Brasil: sua história**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Unesp), 2005.

HEILBRON, Johan; SAPIRO, Gisèle (2003). La traduction littéraire: un objet sociologique. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 144, Paris, set. 2003, p. 3-5.

IBGE APONTA QUE NO BRASIL TEM MAIS MUNICÍPIOS COM VIDEOLOCADORAS DO QUE COM LIVRARIAS. **PublishNews**, 2019. Disponível em: [www.publishnews.com.br/materias/2019/12/09/ibge-aponta-que-no-brasil-tem-mais-municipios-com-videolocadoras-do-que-com-livrarias#:~:text=A%20pesquisa%20aponta%20que%20tem,Nacional%20de%20Livrarias%20\(ANL\)](http://www.publishnews.com.br/materias/2019/12/09/ibge-aponta-que-no-brasil-tem-mais-municipios-com-videolocadoras-do-que-com-livrarias#:~:text=A%20pesquisa%20aponta%20que%20tem,Nacional%20de%20Livrarias%20(ANL)). Acesso em: 01/04/2022.

LEAL, Gabriela; RIBEIRO, Lis. Em ano marcado pela pandemia, subsector de Obras Gerais registra aumento de 3,8% nas vendas ao mercado. **Sindicato Nacional dos Editores de Livro**, 25 de maio de 2021. Disponível em: snel.org.br/em-ano-marcado-pela-pandemia-subsector-de-obras-gerais-registra-aumento-de-38-nas-vendas-ao-mercado/. Acesso em: 01/04/2022.

LEPAPE, Pierre. La dictature de la “world literature”. **Le Monde Diplomatique**, mar. 2004. Disponível em: www.monde-diplomatique.fr/2004/03/LEPAPE/11073. Acesso em: 01/04/2022.

LEVÝ, Jirí. **The art of translation**. Trad. Patrick Corness. Amsterdã/Filadélfia: John Benjamins, 2011.

LEWIS, Robin; DART, Michael. **As Novas Regras do Varejo: competindo no mercado mais difícil e desafiador do mundo**. São Paulo, Figurati, 2014.

LUSTOSA, Isabel. **O nascimento da imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MARCHELLI, Paulo Sérgio. As minorias alfabetizadas no final do período colonial e sua transição para o império: um estudo sobre a história social educação no Brasil. **Educação Unisinos** 10 (3), p. 187-200, set./dez. 2006. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/educacao/article/view/6060>. Acesso em: 01/04/2022.

MENDES, Jaime. Cada livraria condensa o mundo. **Publishnews**, 29 jun. 2020. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2020/06/29/cada-livraria-condensa-o-mundo>. Acesso em: 01/04/2022.

MENEZES, Pedro. O que você precisa saber sobre o recorde de alta do dólar. **Publish News**. 25 set. 2019. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/colunistas/pedro-menezes/o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-recorde-de-alta-do-dolar/>. Acesso em: 01/04/2022.

MESCHONNIC, Henri. **Poética do traduzir**. Trad. Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. São Paulo: Perspectiva, 2010.

MUNIZ JR., José de Souza. **Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015)**. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

ORTIZ, Renato. **Mundialização: saberes e crenças**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

REIS, Thais. Chomsky: “Brasil foi o país mais respeitado com Lula e Amorim”. **Lula Livre Comitê Internacional**, 18 set. 2018. Disponível em: comitelulalivre.org/chomsky-brasil-foi-o-pais-mais-respeitado-com-lula-e-amorim/. Acesso em: 01/04/2022.

ROWE, Adam. Traditional Publishing Ebook Sales Dropped 10% in 2017. **Forbes**, 29 abr. 2018. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/adamrowe1/2018/04/29/traditional-publishing-ebook-sales-dropped-10-in-2017/?sh=4c4dd7497943>. Acesso em: 01/04/2022.

SCHIFFRIN, André. **O negócio dos livros: como as grandes corporações decidem o que você lê**. Trad. de Alexandre Martins. São Paulo: Casa da Palavra, 2006.

SCHLEIERMACHER, Friedrich. Sobre os diferentes métodos de tradução. Trad. Margarete von Mühlen Poll. In. HEIDERMAN, Werner (org.). **Clássicos da teoria da tradução. Vol. 1: Alemão-português**. Florianópolis: UFSC, Núcleo de tradução, 2001.

SNELL-HORNBY, Mary. **The turns of translation studies: new paradigms or shifting viewpoints?** Amsterdã/Filadélfia: John Benjamins, 2006.

SWAAN, Abram de. **Words of the world: the global language system.** Cambridge: Polity Press: 2001.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna.** 9ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

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

VENUTI, Lawrence. A invisibilidade do tradutor. Trad. De Carolina Alfaro. **Palavra**, Departamento de Letras da PUC-Rio, 1996. p. 11-34.

WATERS, Lindsay. **Inimigos da esperança:** publicar, perecer e o eclipse da erudição. Trad. Luiz Henrique de Araújo Dutra. São Paulo: Editora da UNESP, 2006.