

A publicação independente brasileira no Século XXI: O caso da Editora Elefante

*Brazilian independent publishing in the XXIst Century:
The case of Editora Elefante*

ALENCAR, Maria Luísa Acioli Falcão de; Doutoranda em Design; FAU-USP

afalencar.marialuisa@usp.br

MAZZILLI, Clice de Toledo Sanjar; Doutora em Estruturas Ambientais Urbanas;
FAU-USP

clice@usp.br

Considerando o mercado independente brasileiro, este trabalho investiga a editora paulista Elefante, fundada em 2011 por Tadeu Breda e Bianca Oliveira, cuja produção aborda temáticas político-sociais emergentes. Obedecendo ao recorte 2011-2021, caracteriza-se a Elefante e suas publicações, destacando valores simbólicos atrelados a estas, evidenciando o contexto atravessado pela editora e explorando a relação entre os sócios-fundadores e a cena, suas intenções e o campo em que desejam atuar. O método de pesquisa contempla literatura acerca do livro, editoração independente e a abordagem da Micro-História; coleta de dados mediante entrevista semiestruturada com os sócios-fundadores, exemplos emblemáticos da trajetória da editora; e análise de dados que possibilita conclusões quanto à influência da linguagem gráfica e linha editorial na valoração das publicações da Elefante, a união entre forma e conteúdo no processo de significação do livro, particularidades da editora e a visão de seus agentes sobre a definição de uma editora independente.

Palavras-chave: Editora Independente; Design do livro; Cena independente brasileira.

Considering the Brazilian independent market, this paper investigates Elefante, a publishing house founded in 2011 by Tadeu Breda and Bianca Oliveira, with a production comprising emergent socio-political subject matters. Focusing on the time frame of 2011-2021, we characterize Elefante and its publications, highlighting symbolic values linked to them, underlining the context it passes through as well as exploring relations between founding partners and the scene, their intentions, and the field they aim to operate in. The research method includes literature on book matters, independent publishing, and a approach in Microhistory; data gathering via semi-structured interview with Breda and Oliveira, emblematic examples of Elefante's trajectory; and data analysis that conclude on the influence of graphical language and editorial line to the estimation of Elefante's publications, form and content on the book's signification process, particularities of the publisher, and the perspective of its agents on the definition of an independent publisher.

Keywords: Independent publisher; Book Design; Brazilian independent scene.

1 Introdução

Tratar do livro implica reconhecer a existência de valores intrínsecos a este artefato, influenciados diretamente pela forma, materialidade e modos de uso. Segundo Cardoso (2017, p. 35-36), as formas dos objetos participam do processo de significação, este sendo “a troca entre aquilo que está embutido em sua materialidade e aquilo que pode ser depreendido delas por nossa experiência”. Ou seja, o processo de atribuição de significados está atrelado ao repertório sociocultural do usuário e sua experiência com o objeto, em termos de como este é visto, percebido e apreendido.

Na mesma lógica, Cardoso (2017, p. 112) coloca, ainda, que “ao comunicar informações, os objetos falam de si mesmos, remetem ao nível dos discursos que cercam sua inserção no mundo”, onde ideias podem ser absorvidas deste objeto, sua aparência e contexto. Especificamente sobre o livro, além do processo de significação e teor comunicacional, Chartier (2014, p. 70) comenta que o modo deste objeto existir, em sua relação com o leitor, implica em investimento afetivo e intelectual, determinando a valoração atribuída ao objeto. Assim, destaca-se a importância de investigar o livro por meio de seu contexto sociocultural, modos de produção, editoração e valores que são associados ao artefato.

Em vista ao cenário editorial independente brasileiro¹, cuja nomenclatura e definição do termo varia entre produtores e atores da cena; entendemos como *independentes* as editoras que se inserem em dinâmicas particulares de produção e distribuição de suas publicações, participando de uma cena específica e buscando autonomia em relação às lógicas e aparelhos do mercado tradicional. Neste ponto, o cenário editorial tradicional e suas lógicas comerciais representam a cultura do *mainstream* na cena literária – instituições e grandes casas editoriais que monopolizam o circuito de eventos, sistemas de distribuição e comércio de produtos – a qual a produção independente seria um contraponto ou possibilidade de produção fora deste contexto.

Normalmente, editoras independentes não contam com a figura de um mecenas, sendo o capital proveniente da venda de seus produtos ou, por vezes, de um investimento pessoal de seus próprios agentes e editores².

Por vezes, pratica-se a autopublicação de seus editores, também sendo característico o estímulo à bibliodiversidade – maior variedade em autores e temas –, assim como o capital social mais voltado à qualidade estética e intelectual da publicação. Conclama-se uma maior liberdade sobre *como* publicar e *o que* publicar.

No Brasil, o mercado editorial independente possui como marco o início do Século XXI, com o surgimento de associações voltadas a pequenos e médios editores, como a Libre (Liga Brasileira de Editores) e feiras pioneiras que comercializavam e distribuíam publicações independentes, como a Primavera dos Livros, Feira Tijuana e Feira Plana. Em decorrência deste movimento, por volta da década de 2010, houve grande popularização da edição independente brasileira, marcada pelo surgimento de novos eventos, produtores e editoras no mercado. De maneira geral, estas novas editoras visavam ocupar um espaço que não era suprido por casas editoriais tradicionais.

¹ Ver mais em MUNIZ JR (2016) e MATTAR (2020).

² Especialmente no caso de empreendimentos menos profissionalizados, a edição independente é tida como ofício secundário, sendo financeiramente sustentada por uma atividade primária de seus agentes, que podem atuar como profissionais do jornalismo, design, artes visuais, educação, entre outros.

Neste trabalho, realizamos uma investigação acerca da Elefante, editora independente paulista fundada em 2011 pelo jornalista Tadeu Breda e a designer Bianca Oliveira, voltada à publicação de livros de não-ficção acerca de questões político-sociais emergentes. Caracterizamos a Editora Elefante e sua produção, considerando a cena independente, bem como evidenciando valores simbólicos atrelados às publicações. Dentro do recorte histórico 2011-2021, marcando dez anos de existência da editora, a investigação explorou as relações entre seus agentes e a cena editorial brasileira, assim como identificou os supostos valores que circulam em torno dos impressos, as intenções dos produtores e o campo que desejam atuar.

O método de investigação seguiu três etapas principais, sendo a primeira delas o levantamento bibliográfico que trata de questões do livro, editoração independente, o cenário independente brasileiro e aspectos da pesquisa qualitativa recorrendo à Micro-História. Trata-se de uma abordagem onde um objeto é investigado em escala reduzida, considerando suas particularidades e como incide transversalmente no contexto em que está inserido. Segundo Barros (2007, p. 174-175), “a Micro-História lida com o fragmento como meio através do qual se pretende enxergar uma questão mais ampla ou um problema histórico ou cultural significativo”. Assim, o estudo a respeito da Elefante revela sobre o contexto sociocultural em que a editora está estabelecida, evidenciando suas particularidades no cenário da publicação independente brasileira, destacando seus valores e dinâmicas específicos.

Na segunda etapa da pesquisa, se deu a coleta de dados sobre a editora, seus sócios-fundadores e dinâmicas internas de produção, por meio de relatos e de entrevista semiestruturada com Bianca Oliveira – designer formada pela FAU-USP – e Tadeu Breda – jornalista formado pela ECA-USP. Para Poupart (2008, p. 216-217), a entrevista como método de pesquisa qualitativa comprehende as realidades dos atores sociais, explorando suas condutas e apreendendo o sentido que estes dão a elas, “a maneira como eles se representam no mundo e como vivem sua situação”.

Do mesmo modo, destacamos a importância da história oral como registro da história vivida, como colocado por Neves (2003, p. 28-29). Recorremos à memória e à narrativa privilegiada dos sócios-fundadores da Elefante como fonte histórica primária para tratar de quem são estes profissionais, o que pretendem com suas publicações e explorar a própria trajetória da editora.

Por fim, a última etapa investigativa contou com a análise dos dados coletados anteriormente, trazendo exemplos representativos do trabalho da Elefante, evidenciando sua linha editorial e identidade gráfica.

2 A edição independente no Brasil do Século XXI

Dentre pesquisadores da editoração brasileira, como Barcellos (2006), Muniz Jr. (2016) e Colleu (2007), existe um consenso a respeito da fundamentação e propagação de um mercado voltado para editores independentes: a alavanca teria sido o descontentamento com o espaço ocupado por pequenos editores – em âmbitos físico e simbólico³ – na Bienal do Livro do Rio de Janeiro, em 2001. Além dos aspectos espaciais, o ocorrido gerou discussões sobre o custo-benefício da participação em eventos de grande porte que, em sua maioria, pareciam favorecer as casas editoriais tradicionais.

³ Muniz Jr. (2016, p. 152) evidencia o posicionamento do estande da Editora Casa da Palavra, “entre o churros e o banheiro”. Para o autor, trata-se não só de um local desfavorável que a Bienal permitia às pequenas editoras, mas também influencia simbolicamente na representação que estes profissionais têm de si e sua posição no espaço social.

Desta insatisfação, reuniu-se um grupo de pequenos editores – destacadamente a Editora Casa da Palavra – onde foi proposta a criação de uma feira que contemplasse pequenos e médios produtores editoriais, chamada de Primavera dos Livros. Atrelado a esta, constituiu-se a Libre – Liga Brasileira de Editoras, entidade que representa editoras independentes no país. A fundação da feira de publicações e entidade representativa de pequenos editores brasileiros indicou, também, a necessidade de maior associação entre estes profissionais, abrindo espaço para debates a respeito do setor e atuação no mercado. Como aponta Barcellos (2006, p. 108):

“A iniciativa desses editores em criar a Libre mostra o movimento realizado pelos agentes, o que resultou em ações sociais que levaram à alteração nos processos formadores do sistema literário, ou seja, a um preenchimento de posição em um lugar até então em aberto no sistema literário brasileiro atual.”

Sugere-se que a existência de uma brecha de atuação no cenário da época, assim como o aumento de interesse por alternativas ao circuito tradicional do mercado editorial contribuiu com a consolidação do nicho independente. Trata-se da fundamentação de uma cena relacionada às questões particulares de pequenos e médios editores, suas determinadas lógicas de produção e com eventos e manifestações próprias.

Dentre alguns pontos importantes na caracterização de editoras ditas independentes, podemos indicar o estímulo à bibliodiversidade e autonomia na escolha do *quê* publicar e *como* publicar. Devido a este suposto teor de liberdade, a edição independente passou a ser vista como um caminho viável a autores e títulos não aceitos pelo mercado tradicional. Não por coincidência, diversas das editoras que surgiram no começo dos anos 2000 e década de 2010 partiram desta premissa, assim como a autopublicação de seus editores e fundadores.

Quanto à Primavera dos Livros, além da feira de publicações em si, a programação do evento conta com outras atividades, como mesas redondas, debates e palestras. No Rio de Janeiro, permanece até os dias atuais, com periodicidade anual – devido à pandemia de COVID-19, a edição de 2020 ocorreu em modalidade virtual, já em 2021, houve a Mini Primavera dos Livros, marcando o retorno do evento presencial⁴. Em São Paulo, a Primavera dos Livros não teve a mesma aderência, com edições em intervalos variáveis, a depender do tipo de apoio fornecido. A última edição paulista teria sido em 2014.

De acordo com Muniz Jr. (2016, p. 194), o Rio de Janeiro era sede da Primavera dos Livros, que se caracterizou pela presença de pequenas e médias editoras independentes; São Paulo ficaria conhecida pelos eventos em torno de micro produtores, também chamados de feirantes⁵.

Um dos eventos característicos na capital paulista é a Feira Tijuana de Arte Impressa⁶, voltada para a comercialização de publicações e livros de artista. A primeira edição ocorreu em 2009 e, em 2010, foi criado um selo próprio para publicação de livros de artista, o *Edições Tijuana*.

⁴ PUBLISH NEWS. **Planetário do Rio recebe Mini Primavera dos Livros**. Disponível em: <publishnews.com.br/materias/2021/11/19/planetario-do-rio-recebe-mini-primavera-dos-livros>. Acesso em dez. de 2021.

⁵ Para o autor, diferente do produtor independente de pequeno e médio porte, que busca uma atuação mais profissional e, de certo modo, uma inserção na logística do mercado – como no caso de vendas em livrarias e negociações com distribuidoras –; o feirante, em geral, é um produtor jovem cuja atividade laboral principal não é a editoração e, por isso, não necessariamente publica regularmente. Depende de eventos e feiras para comercializar seus produtos e firmar relações com outros agentes da cena, possuindo, também, caráter menos profissionalizado.

⁶ TIJUANA. **Feira Tijuana**. Disponível em: <tijuana.net.br/FEIRA-TIJUANA-FAIR>. Acesso em dez. de 2021.

Partindo de uma iniciativa de integração com editores latino-americanos, os eventos passaram a ocorrer de modo itinerante – entre 2016 e 2019 ocorreram edições anuais em São Paulo, Rio de Janeiro, Lima e Buenos Aires. Após 2019 houve uma pausa na realização das feiras, entretanto, se mantém ativo o coletivo de editores, realizando atividades como grupos de estudo, leitura e tradução por meio de encontros online.

Outro caso bastante considerável é o da Feira Plana que, operante de 2013 a 2018, ficou conhecida como a maior feira independente do Brasil. Criada pela artista Beatriz Bittencourt, o evento teve inspiração na NY Art Book Fair e funcionou como espaço curado pela própria fundadora, que já havia participado da Feira Tijuana e desejava criar algo baseado em seu gosto pessoal, com materiais de design e refinado gráfico, porém acessíveis⁷. A feira rapidamente se popularizou⁸, atingindo seu ápice em 2017, quando ocupou o Pavilhão da Bienal de São Paulo, local de grande valor simbólico e cultural. Em 2018 houve a última edição da feira e, a partir de então, a iniciativa passou a se concentrar na Casa Plana, espaço físico criado em 2015 com a proposta de ser um ambiente múltiplo, com cursos voltados à editoração e processos criativos, venda e distribuição de impressos. No início de 2020, as atividades na Casa Plana foram interrompidas.

Atualmente, podemos colocar que manifestações expressivas acerca da edição independente paulista surgem da Editora Lote 42 – encabeçada por João Varella e Cecília Arbolave –, notadamente a Feira Miolos; com sua primeira edição em 2014, acontece anualmente na Biblioteca Mário de Andrade. Ao longo dos anos o evento, que partiu da proposta de “articular uma ponte para as publicações independentes integrarem o acervo da Biblioteca Mário de Andrade”⁹, foi incluindo à sua programação atividades paralelas à feira em si, como performances, cursos, mesas de discussão acerca do ofício editorial e debates sobre o cenário da edição independente. Nas edições de 2020 e 2021, que ocorreram em formato virtual e híbrido, respectivamente, houve um processo de adaptação das dinâmicas da feira às possibilidades tecnológicas – as editoras montaram seus “estandes”, apresentaram seus produtos em *lives* nas redes sociais, coordenadas pela organização do evento, e o comércio aconteceu no site de cada editora.

Consideramos relevantes os esforços empregados no ajuste dos mecanismos do evento, possibilitando sua realização com pontos positivos, como a participação de editores de diferentes partes do país. No entanto, é preciso comentar que se perde parcialmente a experiência da feira, já que o aspecto social e as trocas ocorridas no espaço físico não são totalmente traduzidos para o ambiente virtual.

Além da Feira Miolos, a Lote 42 administra a Banca Tatuí e Sala Tatuí: a primeira é uma antiga banca de jornais, reformada para espaço de lançamentos e vendas de publicações independentes; a segunda, complementar à banca, é uma livraria com hora marcada, abrigando um acervo de editoras independentes de todo o país, obras raras e originais de

⁷ “Tenho um gosto muito específico e queria poder fazer a curadoria. Queria materiais de design e com refinado gráfico, mas que fossem acessíveis. Que o artista pudesse vender barato para qualquer um”. Beatriz Bittencourt em entrevista ao Draft. Disponível em: <projetodraft.com/feira-plana>. Acesso em dez. de 2021.

⁸ Muniz Jr. (2016, p. 198-199) coloca que o capital social de Beatriz – formada em Artes pela FAAP, trabalhou na MTV e TV Folha – e seu marido, Carlos Issa – artista visual e músico, colaborou com a curadoria da Plana –, ligado às áreas das artes e jornalismo, contribuiu para a dimensão do evento e repercussão que atingia na mídia.

⁹ FEIRA MIOLOS. **História**. Disponível em: <feiramiolos.com.br/historia>. Acesso em dez. de 2021.

artista, além de espaço para cursos, exposições e clubes de leitura. Ambas são localizadas na Rua Barão de Tatuí, em São Paulo.

Dentre outras iniciativas relevantes para a cena independente paulista, podemos citar a Banca Curva¹⁰, espaço colaborativo para venda de publicações independentes e peças gráficas afins, ativa desde 2018 e com loja virtual desde 2021; a Banca Higienópolis¹¹, espaço inaugurado em 2020, trabalha com revistas underground, internacionais, livros e peças gráficas independentes; e livrarias tradicionais que comercializam livros publicados por determinadas editoras independentes – como a Livraria da Travessa.

Diante de antecedentes históricos da edição independente brasileira, é possível compreender que se trata de um nicho do mercado editorial onde as iniciativas partem dos próprios agentes envolvidos – editores, jornalistas, artistas e profissionais afetivamente ligados ao objeto livro. Percebemos que houve grande popularização da cena durante a década de 2010, com manifestações concentradas em torno das feiras de publicações no país; embora continuem os principais eventos agregadores de editores e leitores, outros empreendimentos surgiram para diversificar e dinamizar a cultura do impresso independente – como as citadas bancas e livrarias. Entendemos, também, que a pandemia de COVID-19 impôs novas práticas e relações entre editores e leitores. A partir da observação *in loco* da cena independente¹², nota-se que a configuração atual compreende o fortalecimento do comércio online, aumento da presença de editoras independentes em redes sociais e certo arrefecimento da cena. Atribuímos isto à descontinuação de alguns eventos significativos – como a Feira Plana –, o que já vem acontecendo desde 2019 e, atualmente, à ocorrência de feiras em formato online. O impacto deste processo e futuro da cena independente é um tema passível a investigações futuras.

3 A Editora Elefante: Quem faz e o que faz

A Elefante é uma editora paulista fundada em 2011 por Tadeu Breda, jornalista graduado pela ECA-USP e Bianca Oliveira, designer graduada pela FAU-USP. O ímpeto para a criação de uma editora surgiu de *O Equador é Verde*, livro-reportagem sobre o governo de Rafael Correia no Equador, com autoria de Breda. Após diversas negativas de editoras já presentes no mercado, Breda decidiu juntar-se a Oliveira, que ficou responsável pelo projeto gráfico do livro e, com a colaboração de amigos em trabalhos como o de revisão, lançaram a Elefante. A princípio, a editora servia ao propósito muito explícito da autopublicação, semelhante a outras editoras e produtores independentes – como o mercado não absorve estes autores e suas obras, realiza-se o trabalho de modo autônomo, neste caso, independente de grupos editoriais consolidados, suas ferramentas ou mesmo a figura de um mecenas e financiamento externo.

Neste sentido, pelo desinteresse de um sistema logístico editorial tradicional, editores independentes costumam se voltar para o comércio online e feiras de publicações, embora alguns destes produtores também desejem atingir o espaço sociocultural das livrarias.

Nos primórdios da Elefante, o empreendimento não chegava a possuir caráter de ocupação paralela, era “simplesmente um projeto que a gente fez para publicar o livro”¹³ – ambos os

¹⁰ BANCA CURVA. **Sobre**. Disponível em: <bancacurva.com.br/sobre-pg-92a0c>. Acesso em dez. de 2021.

¹¹ QUATRO CINCO UM. **Botando Banca**. Disponível em:

<quatrocincoum.com.br/br/noticias/bibliofilia/botando-banca>. Acesso em dez. de 2021.

¹² A vivência em locais que distribuem e comercializam publicações independentes brasileiras compõe uma das etapas metodológicas na pesquisa de doutorado da autora, vinculada ao PPG em Design da FAU-USP.

¹³ Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Tadeu Breda. [videoconferência]. 13 dez 2021.

fundadores possuíam ocupação em tempo integral, em suas determinadas áreas profissionais. Esta situação se modificou em meados de 2014, após Breda ser demitido de seu emprego e decidir transformar a editora em projeto principal, indo em busca de possíveis novas publicações. À medida em que se prospectavam novos títulos, a linha editorial da Elefante foi construída de acordo com interesses de seu editor, destacadamente o viés político, voltado para temas emergentes e assuntos que “precisam ser discutidos na sociedade”¹⁴.

Ainda que para seus fundadores seja difícil categorizar a editoria da Elefante, é notável um catálogo que comprehende livros de não-ficção, em livre narrativa ou ensaísticos, especialmente voltados para temas como feminismo, questões ambientais, políticas alternativas, povos originários e América Latina. Reconhecendo que as temáticas envolvidas são, geralmente, caracterizadas pelo viés político da esquerda, um grande desejo de seus produtores é fazer com que os livros alcancem um nível estético e refinamento gráfico maior do que eles afirmam ser encontrados nos livros deste teor. Neste ponto, a atribuição de valores às publicações da editora seria voltada tanto para o tom do conteúdo, quanto à valorização estética do objeto livro.

Segundo Breda e Oliveira, a experiência do leitor na livraria e o próprio ato de se escolher livros, inicialmente, é estética. O design do livro funcionaria de modo a impactar o usuário, atraindo este leitor; associadamente, um bom conteúdo garantiria a permanência do leitor e conclusão da leitura. Por este motivo, o projeto gráfico ganha atenção, sendo visto como um mecanismo para trazer novos usuários, de públicos diversos, a assuntos e temáticas tidos como “difíceis” e sisudos. Ademais de fazer com que novas pessoas adquiram interesse na leitura de livros política e socialmente relevantes, o design tem a função de fazer com que o livro chegue além daqueles que já são familiares com a temática ou conteúdo.

Segundo Oliveira, além da atenção a requisitos básicos para a leitura confortável, como tipografia e margem, não existem exatamente diretrizes na formulação dos projetos gráficos da editora; as referências estéticas são atribuídas de acordo com título e temática da publicação. Entretanto, se reconhece a influência dos recursos gráficos e cores atrativas no processo criativo:

“A minha escolha sempre foi de trazer esse universo mais gráfico, não diria pop necessariamente, mas ele tem uma coisa de ser mais acessível e colorido; eu gosto muito de trabalhar com cor, então me dedico muito às paletas cromáticas e às referências gráficas. [...] No final, a gente percebeu que trabalhamos bastante graficamente com as capas, com tipografia, elementos assim”¹⁵.

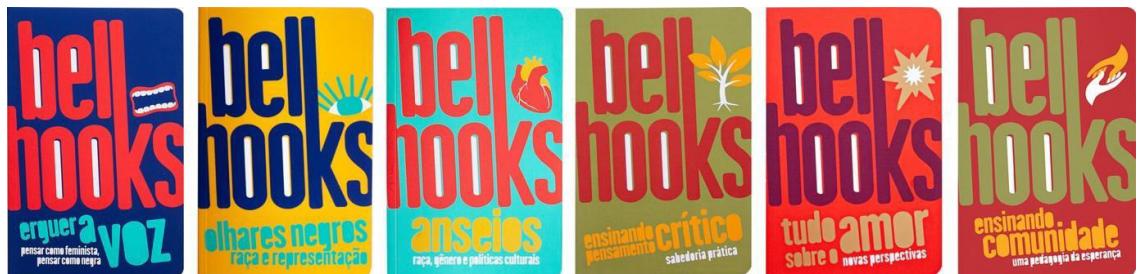
Um aspecto destacável é que, à medida em que se lançavam novas publicações e aumentava o volume de trabalho, outros profissionais passaram a colaborar na criação dos projetos gráficos da editora. Hoje em dia, Oliveira atua como diretora de arte e comenta sobre o processo de criação “em várias mãos” como um aspecto muito positivo do ofício, prezando pelas trocas e diversidade proveniente dos estilos próprios dos diferentes colaboradores. Para ela, além da influência de seu gosto pessoal e o trabalho com as cores, a identidade gráfica da Elefante seria, também, formada pela variedade estética das pessoas que lá trabalharam.

¹⁴ Segundo Bianca Oliveira, o tom da editoria parte muito da pesquisa de Breda, de seu trabalho como jornalista e da abordagem a assuntos latino-americanos. Em entrevista concedida a Maria Luísa Alencar. [videoconferência]. 13 dez 2021.

¹⁵ Idem.

Dentre os títulos publicados, a coleção da autora bell hooks é citada como exemplo do uso de cores e elementos gráficos. Como havia a previsão do lançamento de, ao menos, 10 títulos, foi desenvolvido um projeto gráfico para coleção. Em colaboração com a designer Letícia Quintilhano, trabalha-se primordialmente com tipografia, ilustração e uma paleta cromática impactante, cujo resultado parece remeter ao design pop dos anos 1960. Com uso destes recursos gráficos, notou-se que um público mais jovem foi atraído para as publicações¹⁶, contribuindo com o desejo da editora de diversificar seu público e popularizar os temas abordados nos livros.

Figura 1 – Títulos que compõem a *Coleção bell hooks*. Projeto gráfico de Letícia Quintilhano e Capa de Bianca Oliveira. Editado.



Fonte: Editora Elefante (2021).

Acerca da trajetória da Elefante, um marco bastante significativo foi a publicação de *Calibã e a Bruxa*, edição brasileira do livro da filósofa e ativista feminista Silvia Federici. O sucesso de vendas gerou considerável capital social à editora e suas publicações, ampliando o espaço ocupado por ela no mercado editorial e atingindo sistemas de distribuição e venda tradicionais, como as livrarias:

“A Elefante tem um período “antes e depois” do *Calibã e a Bruxa*, é um grande divisor de águas da nossa trajetória. Até o *Calibã e a Bruxa*, a gente não entrava em livrarias, por exemplo, ninguém queria vender nossos livros [...]. Como esse livro teve bastante sucesso, pelo menos para os nossos padrões de vendas, ele abriu muitas portas para a gente. Então chegou um momento que todo mundo queria vender esse livro e a gente falou: “beleza, mas vai vender os outros também”.¹⁷

A publicação de *Calibã e a Bruxa* também é marcante pelo uso de recursos gráficos; foi a primeira vez em que duas cores diferentes foram utilizadas no miolo de um livro da Elefante – o texto é composto em azul e vermelho. Ainda que a escolha possa ser considerada arriscada, a intenção de seus produtores, naquele momento, era trabalhar com recursos gráficos de modo a tornar esteticamente atrativo um livro extenso – totalizando quase 500 páginas –, de teor acadêmico.

Como relata Breda, embora com certa resistência de parceiros e apoiadores do livro, a editora “comprou a briga” para que houvesse a publicação de acordo com o projeto proposto. E neste sentido, a aposta se demonstrou bem-sucedida, em vista ao “sucesso que ele [*Calibã e a Bruxa*] faz como objeto”, pensando no potencial imagético do projeto gráfico.

¹⁶ Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Bianca Oliveira. [videoconferência]. 13 dez 2021.

¹⁷ Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Tadeu Breda. [videoconferência]. 13 dez 2021.

Além disto, houve maior êxito nas vendas, em contraponto a edições estrangeiras¹⁸, cujo projeto gráfico exibe elementos mais tradicionais, o texto do miolo em preto e menos atrativos estéticos. Esta comparação colabora com a ideia de que a atenção à forma do livro – no caso, por meio do uso de recursos gráficos e cores vibrantes – além de construir parte do valor simbólico atribuído às publicações, estimula o desejo do leitor pelo objeto livro.

Figura 2 – Capa e excerto do miolo de *Calibã e a Bruxa*. Projeto gráfico de Bianca Oliveira e Karen Ka. Editado.



Fonte: Editora Elefante (2017).

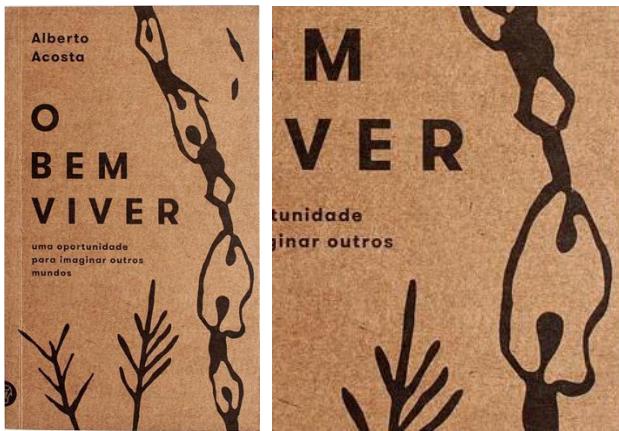
À medida em que se dá o percurso da editora e, especialmente após *Calibã e a Bruxa*, Breda e Oliveira relatam que houve um processo de maior confiança no trabalho que realizam, especialmente voltada para o poder de decisão final quanto ao design dos projetos gráficos. Em outro exemplo, com o livro *O Bem Viver*, parte da coleção *Alternativas*, se comenta sobre a indecisão do autor com relação ao estilo e material escolhidos para a capa.

O projeto gráfico do livro, que traz a temática do meio ambiente e alternativas sustentáveis, foi pensado com o uso de tinta preta em papel kraft e o miolo tradicional com texto em preto. “Era a ideia de trabalhar com um papel que não tivesse enobrecimento, plastificação, outros tipos de tinta”¹⁹. Segundo Oliveira, o autor teria ficado inseguro devido à simplicidade do projeto, acarretando um processo de convencimento para que a ideia e simbologia fossem mantidas. Para ela, estas experiências firmaram o poder de decisão dos fundadores quanto às escolhas artísticas nos projetos da editora.

¹⁸ “Quando eu tive a oportunidade de ir à Feira de Buenos Aires, por exemplo, e lá ter contato com os editores argentinos e espanhóis do livro [...] – *Calibán y La Bruja* –, a gente vendeu muito mais do que eles, juntos, tanto o argentino quanto o espanhol; que são lugares em que teoricamente se lê mais [...] e que tem movimentos feministas muito fortes”. Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Tadeu Breda. [videoconferência]. 13 dez 2021.

¹⁹ Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Bianca Oliveira. [videoconferência]. 13 dez 2021.

Figuras 3 e 4 – Capa e detalhe da capa de *O Bem Viver*. Projeto gráfico de Bianca Oliveira. Editado.



Fonte: Editora Elefante (2016).

Podemos sugerir que o processo de fundamentação da Elefante no mercado editorial compreende a ampliação de seu público, sua inclusão em lógicas tradicionais de distribuição e comercialização de publicações, como as livrarias e, primordialmente, a consolidação de uma linha editorial de não-ficção e temáticas político-sociais, assim como o estabelecimento de linguagem gráfica caracterizada pelo uso de cores, recursos gráficos e influências estéticas dos profissionais que colaboraram com a editora.

Adiante, abordando a atuação da Elefante e seus agentes na cena editorial independente, é importante destacar que, para eles, existe uma longa discussão sobre o que é *independente*, o que seria esta *independência*, ou em relação a *quê* seria uma editora *independente*:

“Nesses 10 anos, essa discussão sobre o que é uma editora independente, ser editora independente, não acho que ela leva em algum lugar. Gosto mais de falar em *editoras* e, para mim, editora é uma expressão de um projeto político, ideológico de quem é o dono da editora e de quem constrói essa editora.”²⁰

Como a Elefante não conta com projetos de financiamento, além de colaborações pontuais em títulos específicos e esquemas de compra antecipada de exemplares, seus fundadores se consideram em relação de dependência com os leitores, já que a editora é alimentada pela venda de seus livros. Antes definiam a relação com seus leitores como uma interdependência, porém, atualmente, creem que não se trata de uma dependência mútua²¹.

Embora haja discussões frutos da etimologia do termo *independente*, ambos os fundadores concordam que a Elefante é resultado e faz parte de uma cena muito caracterizada por publicações independentes e a ocorrência de feiras como a Plana, Miolos e Tijuana. Segundo Breda, havia um processo marcante de retroalimentação, em que as pessoas frequentavam feiras como leitores e, após as trocas ocorridas nos eventos, se inspiravam a criar editoras. Neste movimento, surgiram muitas iniciativas e pequenas editoras, que pararam de existir após um tempo ou, em outros casos, continuaram e foram se profissionalizando.

²⁰ Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Tadeu Breda. [videoconferência]. 13 dez 2021.

²¹ “Somos dependentes dos leitores, mas os leitores não são dependentes de nós. Se pararmos de existir, os leitores vão continuar lendo outros livros. Hoje em dia, se for para falar isso, acho somos dependentes mesmo, uma editora dependente dos leitores”. Idem.

Para Oliveira, existe, também, uma ligação muito forte com cenas adjacentes, como a da música *indie*. Trata-se de pessoas que se auto publicam sem propriamente um financiamento ou relação com selos, sendo fortalecidas na produção e participação de eventos locais, com público nichado. Ademais, seria essencial uma lógica de cooperação, o que diferenciaria o independente de um cenário mais comercial.

Nisto, concordam que uma maneira mais adequada de categorizar *editoras independentes* não é atrelada ao significado da palavra, e sim, à origem da editora e como se fundamentou no mercado:

“Outras [editoras] surgiram um pouco de carona nessa cena. E aí sim, já pensadas como um negócio estruturado, com investimento grande, de alguns milhões... o que eu não acho ruim, eu acho bom. Mas gosto de fazer essa diferença entre as editoras que vinham dessa cena, junto com a gente [...]. Diferenciar pela cena, pela origem dela, de onde elas vieram, como elas chegaram, acho importante. Então é um pouco aí onde a gente se localiza, com essa origem, a gente é meio único. Até por isso, talvez, que a gente continue existindo, preenche um certo vazio de interesse”.²²

Diante deste aspecto, ainda que a Elefante tenha atingido o espaço de algumas livrarias, em certos casos tidas como parte de um sistema operacional do mercado tradicional; é notável a importância das feiras e eventos de publicações independentes para o funcionamento da editora, manutenção de relações com outros agentes da cena e trocas sociais. Trata-se de um espaço onde os valores e símbolos relacionados à editoração independente são evidenciados, tanto para os produtores em si, quanto para leitores que buscam este tipo de publicação. No ambiente das feiras, os editores atuantes podem se reunir e discutir problemáticas do mercado atual, são firmados novos contatos profissionais e a interação com o público é mais intensa.

Para Breda e Oliveira, os eventos online, como ocorreram em 2020 e 2021, têm seus pontos positivos; no entanto, perde-se muito da riqueza espacial, do convívio e inspiração que fomentam a cena em si. Assim, veem com anseio o retorno presencial dos encontros e, consequentemente, das dinâmicas socioespaciais das feiras de publicações independentes.

4 Considerações Finais

Em vista à trajetória da Editora Elefante, apresentada por meio da memória e relatos de seus sócios-fundadores, Tadeu Breda e Bianca Oliveira, podemos evidenciar suas particularidades e dinâmicas, assim como entender um contexto mais amplo da cena editorial independente no recorte temporal de 2011-2021. Atentando ao cenário atravessado pela Elefante, observamos ser um caso bastante representativo do movimento editorial independente que teve sua ascensão na década de 2010. Trata-se de uma editora que surge no âmago da cena independente, na efervescência das feiras de publicações e sem necessariamente um plano de negócios, mas sim, o desejo primordial da autopublicação.

Recorrendo a narradores privilegiados, foi possível trazer outra perspectiva à discussão sobre a independência e o que seria uma *editora independente*. De acordo com os sócios-fundadores da Elefante, trata-se de um termo ambíguo, já que dificilmente uma editora no mercado, ainda que em um nicho, é totalmente independente de seus leitores ou de algum tipo de financiamento. Seguindo este raciocínio, o debate deve ser, na verdade, abordado por meio da

²² Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Tadeu Breda. [videoconferência]. 13 dez 2021.

origem e contexto de cada iniciativa. Existe um teor de valorização do senso de comunidade, no sentido de engajar e retroalimentar a própria cena independente em que a editora surgiu; mantendo os espaços de trocas sociais e profissionais entre leitores e agentes do meio. Para ambos, há um ponto de diferenciação entre editoras que surgiram e se profissionalizaram dentro desta cena das publicações independentes e aquelas que, mesmo em pequeno porte, emergem como desdobramentos de grandes editoras tradicionais, munidas de planos de negócios estruturados.

Posto isso, é possível reconhecer que, na cena independente, a Elefante não atua necessariamente como uma editora acadêmica, mas publica assuntos e temas considerados por eles como complexos e que necessitam ser discutidos. Em certos momentos, se julgam uma editora de esquerda, por publicarem títulos relacionados a esta posição política; e, em vista à linha editorial marcada pela construção acerca de política, sociologia e antropologia, evidencia-se um grande objetivo de seus fundadores: fazer com que suas publicações alcancem um público diversificado.

O discurso predominante é o do design do livro como ferramenta de atração deste público, tornando o objeto esteticamente agradável, explorando as qualidades imagéticas das publicações e aliando o conteúdo à forma. Como colocado por Melot (2012), a forma do livro, além de ser um viés para o estudo deste artefato; em junção ao conteúdo caracteriza o valor informacional do objeto, influenciando na produção de sentido. De modo semelhante, para a Elefante, a união entre materialidade, valor estético aplicado ao projeto gráfico e o conteúdo do livro influencia toda a experiência do leitor – em um primeiro momento, o design do livro atua no processo de convencimento e compra; o conteúdo seria responsável pela concretização da leitura.

Em conclusão, refletimos que, ainda que seja possível identificar, na história da Elefante, aspectos similares a de outras editoras – como a origem em uma cena independente, o desejo inicial de autopublicação e alguns dos temas publicados –, são evidentes as dinâmicas particulares da editora, no contexto que está inserida. Destacamos, então, que os valores atribuídos às publicações são relacionados à própria consistência da linha editorial e linguagem gráfica – como foi demonstrado anteriormente, as temáticas político-sociais emergentes que compõem o conteúdo dos livros, assim como a abordagem ao projeto gráfico no trabalho com paletas cromáticas impactantes, elementos gráficos e variedade estética dos colaboradores.

5 Referências Bibliográficas

- BARCELLOS, M. A. **O sistema literário brasileiro atual: pequenas e médias editoras.** 149f. Tese (doutorado em Letras). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006.
- BARROS, J. **Sobre a feitura da Micro-História.** In: Revista OPSIS. Catalão, vol. 07. n. 09, jul/dez 2007.
- CARDOSO, R. **Design para um Mundo Complexo.** São Paulo: Ubu, 2017.
- CHARTIER, R. **A mão do autor e a mente do editor.** São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- COLLEU, G. **Editores independentes: da idade da razão à ofensiva?** Rio de Janeiro: Libre, 2007.

EDITORIA ELEFANTE. Quem faz a Elefante. Disponível em:
<http://elefanteeditora.com.br/quem-faz-a-elefante/>. Acesso em novembro de 2021.

MELOT, M. Livro. São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.

MATTAR, L. L. O design de livro de editoras independentes paulistanas. 212f.
Dissertação (mestrado em Design). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

MUNIZ JR., J. S. Girafas e bonsais: editores “independentes” na Argentina e no Brasil (1991-2015). 335f. Tese (doutorado em Sociologia). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

NEVES, L. Memória e História: potencialidades da história oral. In: Revista ArtCultura. Uberlândia, vol. 05. n. 06, jan/jun 2003.

POUPART, J. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008.

Entrevista

Entrevista concedida a Maria Luísa Alencar por Bianca Oliveira e Tadeu Breda, com 1h 15min de duração. [videoconferência]. Chamada ocorrida por Google Meet em afalencar.marialuisa@usp.br. 13 dez de 2021.