



Sobre a relação editor-autor



José Luis de Diego

Trad.

José Muniz Jr. e

Ana Elisa Ribeiro

Conferência presencial proferida na inauguração do novo espaço da LED, editora-laboratório do curso de Letras do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), em 11 de setembro de 2023. O texto atualiza, em parte, o artigo homônimo publicado em *Zama*, revista do Instituto de Literatura Hispanoamericana da Universidade de Buenos Aires (n. 14, 2022).



Sobre a relação editor-autor



José Luis de Diego

Trad.
**José Muniz Jr. e
Ana Elisa Ribeiro**

Sumário

Entre o editor e os autores	3
Primeiro momento: o editor patrão	6
Segundo momento: o <i>boom</i>	12
Terceiro momento: a edição sem editores	19
Referências	29

Entre o editor e os autores

Há alguns anos, nosso colega e amigo Alejandro Dujovne entrevistou Roger Chartier (2020); na ocasião, o historiador francês caracterizou o trabalho do editor moderno em três linhas. A primeira é construir um catálogo e projetar coleções que definam uma identidade editorial. A segunda é um trabalho sobre a materialidade dos livros publicados: formatos, design, capas, papel, encadernação, enfim, *produzir* livros, tornar a identidade editorial reconhecível na materialidade dos livros. Assim, a primeira função é mais intelectual e cultural, enquanto a segunda é mais técnica e artística. A terceira linha, por fim, é a edição como um diálogo permanente – às vezes difícil, às vezes amistoso, diz Chartier – entre o editor e os autores. Eu diria que a grande maioria dos trabalhos na nossa disciplina se referem às duas primeiras funções. Isso quer dizer que temos registrado poucos trabalhos sobre a terceira linha? Seria uma lacuna? Na verdade, não se trata somente disso, porque já se escreveu muito sobre a relação autor e editor; o problema é mais de caráter metodológico e poderia ser expresso da

seguinte forma: como sair da armadilha do anedotário infinito? Conhecemos centenas de casos, centenas de pequenas histórias, vários livros nos quais os editores justificam suas escolhas, ostentam seus catálogos com orgulho, exibem-se em fotos com o escritor premiado, com a jovem promessa que chegou a vender milhares de exemplares. É possível sair dessa armadilha? Sim, desde que coloquemos cada anedota num sistema, numa rede que lhe dê sentido, para que cada pequena ou grande história funcione como uma sinédoque, como uma figura que nos permita ver, ao menos parcialmente, o funcionamento do todo.

Mas esse não é o único obstáculo que devemos driblar: o outro é a presença, explícita ou implícita, de representações e estereótipos sobre editores e autores. Há toda uma mitologia que enfatiza os dois extremos: de um lado, os editores como exploradores que enriquecem com o talento de escritores empobrecidos; de outro, editores cansados de investir e perder dinheiro em fracassados que nunca conseguiram o reconhecimento do público. Uma das formulações mais conhecidas dessa mitologia é de Gabriel García Márquez e foi citada de diversas maneiras. Num artigo chamado “Desventuras de un escritor de libros”, publicado no México em 1966, o escritor colombiano diz o seguinte: “Não à toa um amigo escritor me dizia: ‘Todos os editores, distribuidores e livreiros são ricos e todos os escritores somos pobres’”. A hierarquia do premiado escritor e a repetição de uma citação, aqui e acolá, têm funcionado para muitos como um verdadeiro axioma, e sua manifestação extrema pode ser vista na história que Siegfried Unseld, o grande editor alemão, conta em tom de piada no começo de seu livro: “Napoleão foi um grande homem só pelo fato de ter mandado fuzilar um editor” (2004, p. 13). Por outro lado, os escritores não costumam ser pessoas de trato fácil, como admite Osvaldo Soriano: “É preciso reconhecer que o maior sacrifício dos editores consiste em tratar diariamente com os escritores, que são os seres mais desagradáveis, insolentes e arrogantes da Terra” (1996, p. 198).

Contudo, alguns trabalhos têm driblado os estereótipos e sabido encontrar na relação autor-editor as chaves para entender as leis de funcionamento do campo literário, que regem os mecanismos de consagração e canonização. Refiro-me aos livros: do professor estadunidense Robert Patten, *Charles Dickens and his Publishers* (1978); da pesquisadora francesa Nicole Felkay, *Balzac et ses éditeurs: 1822-1837 Essai sur la librairie romantique* (1987); e o do já mencionado editor alemão Siegfried Unseld, *Der Autor und sein Verleger* (1978) – obra que inclui quatro textos sobre Hermann Hesse, Bertolt Brecht, Rainer Maria Rilke e Robert Walser e suas respectivas relações (conflituosas ou não) com seus editores. Numa direção semelhante, eu mesmo publiquei “Cortázar y sus editores” (2015, p. 165-188). O que mais me interessou não foi saber por que Cortázar, de acordo com o mito, odiava os editores, e sim explorar o tipo de relação que um escritor de sucesso quis (ou pôde) estabelecer com o mercado editorial nos anos do chamado *boom*, o último grande momento de internacionalização da nossa literatura.¹ Pois bem: a seguir, tomarei como referência três momentos significativos da história da edição, três modelos diferentes da relação editor-autor.

¹ O autor se refere ao chamado *boom* latino-americano, fenômeno que consistiu na produção e ampla difusão mundial da ficção de autores como Gabriel García Márquez, Julio Cortázar e Mario Vargas Llosa, nas décadas de 1960 e de 1970. (N.T.)

Primeiro momento: o editor patrão

A constituição das editoras e o surgimento da figura do editor se produzem a partir da complexificação do mercado. O editor é uma figura moderna, própria do mercado capitalista, que nasce como um mediador entre autor, gráfica e livraria. O que quero dizer é que o editor surge ou como um livreiro que começa a editar, ou como um impressor que decide não apenas trabalhar sob encomenda, mas também começar a produzir seu próprio catálogo, geralmente orientado pela demanda. De acordo com Roger Chartier,

Nesse momento [França, década de 1830], a profissão de editor se torna autônoma. Já não se confunde com o negócio do livreiro nem com o trabalho do impressor, ainda que, nessa época, existam editores que têm livrarias ou oficinas tipográficas (2000, p. 59).

Na Argentina, o processo de independência do editor pode ser constatado vários anos depois. O *Anuario Bibliográfico* editado por Alberto

Navarro Viola no decorrer da década de 1880 é um testemunho inestimável para analisar esse conjunto de transformações. No tomo do *Anuario* correspondente ao que foi publicado em 1879, aparece o primeiro caso de diferenciação entre editor e gráfica: “Editor: Manuel Reñé, calle del Perú 42. Publicado por la imprenta del *Courrier de la Plata*” (p. 96). Sobre outro livro, nesse mesmo volume, lê-se: “Lo edita la Librería del Siglo Ilustrado, Buen Orden 124, pero es impreso en España” (p. 295). (As imagens a seguir são do *Anuario bibliográfico*, editado por Alberto Navarro Viola, na década de 1980).

x 126—Elementos gramaticales del idioma nacional para uso de las escuelas primarias por S. Diez Moris. Segunda edición reformada y considerablemente aumentada. Buenos Aires. Editor: Manuel Reñé, calle del Perú 42. 1879. En 8.º, 88 ps.
Publicado por la imprenta del Courrier de la Plata. k

Talvez o caso mais interesse seja de um dos mais importantes catálogos de Buenos Aires, o de Carlos Casavalle, o “editor nacional” por excelência. As primeiras menções a Casavalle no *Anuario* de 1879 se referem à “Imprenta y Librería de Mayo, de Carlos Casavalle”, mas já no segundo tomo a referência muda: “Carlos Casavalle, editor. Imprenta y Librería de Mayo, calle Perú, 115” (p. 98).

20—El juicio ejecutivo segun la nueva ley de enjuiciamiento Civil y comercial, anotada y concordada con los fallos de los tribunales nacionales y provinciales, por el Doctor JUAN A. GONZALEZ. Buenos Aires, Imprenta y libreria de Mayo, de C. Casavalle, Perú 115, 1879. En 8.º, 51 ps.

99—Monteagudo Su vida y sus escritos por MARIANO A. PELLIZA. Tomo primero 1785-1815. Buenos Aires. Carlos Casavalle, editor. Imprenta y librería de Mayo, calle Perú 115. 1880. En 8^o, 352 ps.—Tomo segundo 1816-1825. 338 ps. y retrato de Monteagudo.

Como se vê, no primeiro caso (Reñé) uma livraria local assume o papel de editora de um livro impresso no exterior; no segundo, quem assume esse papel é um impressor e livreiro, Casavalle, agora convertido em editor. Esses dados tratam de uma transição e de um surgimento: o da progressiva profissionalização do que será o editor moderno.

Sergio Pastormerlo (2014) levantou algumas hipóteses interessantes sobre o período analisado. Em primeiro lugar, o surgimento de um circuito de “cultura popular”: se antes era comum associar o popular à oralidade, em oposição à cultura letrada, a partir de 1880 a noção de popular começa a ser sinônimo de “comercial”. Para que o popular se aproximasse do comercial, foi necessária a consolidação de um novo público leitor, resultado das campanhas de alfabetização. Em segundo lugar, se produz uma cisão entre a cultura letrada e a classe dominante, já que, a partir daí, a literatura não vai mais responder necessariamente aos gostos e interesses da classe dominante, o que gerou várias reações da elite letrada contra a literatura comercial, sejam os romances gauchescos, sejam os romances naturalistas que chegavam da Europa. Essa cisão fragmenta a classe ilustrada, já que a existência de uma nova demanda seduz boa parte de seus membros, que veem esse mercado nascente como uma oportunidade de crescimento econômico. Assim vão se consolidando, com o tempo, as instituições de um novo mercado: periódicos de alcance massivo, escritores profissionalizados, revistas especializadas e, claro, novas editoras.

Pois bem, como se estabelecia, naquela época, a relação autor-editor? A aparição da figura do editor é o resultado da transição entre o

regime de patronato e o surgimento de um mercado capitalista para o livro, de modo que, durante algum tempo (que varia em cada país) o editor vai ocupar o lugar antes ocupado pelo patrono ou mecenas. Jesús Martínez Martín analisa as diferentes relações que os autores do Romantismo espanhol assumiram com seus editores no período prévio à profissionalização, bem como o papel assumido, nesse sentido, por Manuel Delgado, o mais importante editor do romantismo peninsular. Assim o caracteriza Martínez Martín: “Não era impressor, nem tinha um estabelecimento tipográfico, nem era livreiro, e sim o personagem que conectava os textos dos autores à gráfica, e os distribuía” (2009, p. 79); e chama José Zorrilla de “autor hipotecado”, como forma de ilustrar sua relação com Delgado. Embora, nos dias de hoje, os adiantamentos milionários costumem estar incorporados aos contratos dos escritores que vendem muito, a prática dos adiantamentos em dinheiro como um modo de cativar o autor já eram frequentes no século XIX. Em suas memórias, Zorrilla diz o seguinte sobre Delgado: “Como quer que seja, começou a me enviar uma mensalidade, parte da qual eu enviava ao meu pai; mas era necessário trabalhar muito; e, como me faltavam conhecimento e tempo, continuei produzindo tantas linhas diárias quantos reais necessitava, sem tempo de pensar nem de corrigir as banalidades que nelas dizia” (in Martínez Martín, 2009, p. 85). Se essa era a modalidade, não é de se estranhar que o campo literário se fragmentasse em tomadas de posição opostas. Por um lado, havia aqueles que, como Zorrilla, entendiam que essas regras do jogo não eram totalmente injustas e que, em última instância, os dois (editor e autor) ganhavam: “Não sou dos autores que se queixam dos editores (...) se eu lhe permiti ganhar algum dinheiro, ele me permitiu fazer minha reputação, além de comer e sobreviver por muitos anos” (in Martínez Martín, 2009, p. 89). É curiosa a inversão que Zorrilla faz em seu testemunho: parece lógico admitir que o editor paga e o autor prestigia, mas Zorrilla diz que ele paga e é o editor que lhe outorga prestígio; essa inversão é uma clara marca do patronato nos inícios do mercado capitalista do livro. Por outro lado, havia aqueles que se re-

belavam contra a exploração de editores inescrupulosos e tentavam o caminho da editora própria. Sabemos que Balzac e Pérez Galdós, apenas para mencionar os mais conhecidos, fracassaram nessa tentativa; ou porque eram bons escritores, mas não eram tão bons empresários, ou porque gostavam de gastar dinheiro e viviam envidiados, apesar das boas vendas de seus livros; ou ainda porque a presença do editor no mercado já era – na primeira metade do século XIX na França, na segunda metade no caso da Espanha – um elo necessário na cadeia de produção e comercialização das obras. De todo modo, nota-se também que a autoedição, muito comentada atualmente, é um fenômeno de longa duração: não se trata apenas de autoeditar quando não se encontram editores ou leitores (quando a oferta, poderíamos dizer, supera a demanda, como ocorre na produção acadêmica); também se busca a autoedição quando os editores são postos sob suspeita de ganhar mais dinheiro do que é declarado aos autores.

Na Argentina é possível constatar, no final do século XIX, um panorama semelhante. Os irmãos Arnoldo e Balder Moen, de origem dinamarquesa, se estabelecem em 1885 na rua Florida, em Buenos Aires, e se tornam os livreiros mais lembrados nos textos memorialísticos sobre aquele período – são mencionados por Rafael Arrieta (1955), Manuel Gálvez (1961) e Roberto Giusti (1965). Por exemplo, no livro de Giusti, *Visto y vivido*, lê-se: “Quando um poeta ou um romancista dizia ‘Moen me colocou na vitrine’, nós o contemplávamos com a mesma admiração invejosa com que teríamos olhado a quem nos dissesse ‘O imperador Guilherme me convidou para seu iate’ ou ‘Estive numa caçada com Eduardo VII’ (...) já seria bastante favor conseguir que os irmãos Moen, não sendo eles os editores responsáveis, exibissem um livro argentino entre os franceses que compunham a habitual população de suas vitrines” (1965, p. 100-101). Contudo, nem tudo são elogios na irônica evocação de Giusti; afinal, ela parece reproduzir os distorcidos intercâmbios de capitais que destacamos na Espanha: “Editores propriamente não existiam. O autor pagava a própria

edição. [Os Moen] autorizavam com seu nome de prestígio, mas sem comprometer um centavo, as obras dos escritores que conseguiram tamanha honra...” (1965, p. 91). Tudo está dito: a honra e não o dinheiro; ver o próprio livro junto aos dos escritores franceses, mesmo sem receber um centavo; o editor como um patrão que honra com sua amizade e proximidade, e não como o empresário que contrata e paga.

Tal como Balzac e Galdós, Manuel Gálvez estava farto de que os editores o enganassem; assim ele expressa em suas memórias: “Os livreiros acreditavam que os autores nos conformávamos com o sucesso moral e, nessa crença funesta, punham todos os obstáculos imagináveis para ‘fazer a liquidação’” (1961, p. 273). Entre 1917 e 1925, Gálvez foi diretor da Cooperativa Editorial Buenos Aires; buscou editar autores argentinos relegados por um mercado que os ignorava, conquistar sua autonomia com relação aos editores que não lhes pagavam como deviam, conseguir uma ampla distribuição dos livros a baixo custo e pagar direitos de autor. “Tenho muito espírito profissional, como nenhum outro escritor entre nós...”: essa afirmação de Gálvez deve ser lida no contexto de modernização da indústria editorial na Argentina. Como já destacamos, a ampliação e a diversificação do público leitor motivaram, por um lado, a crise da hegemonia da elite letrada no que se refere aos circuitos do livro e aos processos de consagração dos autores; por outro lado, o surgimento de escritores plenamente conscientes dessas mudanças e dispostos a aceitar o duplo desafio de escrever para esse público mais amplo e, por conseguinte, aspirar a viver da literatura: profissionalização e autonomização.

Segundo momento: o *boom*

Primeiro modelo: o companheiro de caminhada

Carlos Fuentes publicou seus três primeiros romances pelo Fondo de Cultura Económica, uma das editoras de maior prestígio no México: *La región más transparente* (1958), *Las buenas conciencias* (1959) e *La muerte de Artemio Cruz* (1962). Os três foram publicados, em primeira edição, na coleção Letras Mexicanas, e mais tarde foram incorporados à Colección Popular. É fácil supor que ali começa uma amizade duradoura com dois dos grandes editores do México (e de Fuentes): o argentino Arnaldo Orfila Reynal e o espanhol Joaquín Díez-Canedo. Em 1965, uma reação nacionalista e conservadora do regime de Díaz Ordaz resultou na demissão de Orfila como diretor do Fondo (Sorá, 2017). Essa decisão provocou uma indignação generalizada de boa parte do mundo intelectual, bem como o apoio solidário ao editor ao anunciar a criação de um novo selo, Siglo XXI, que se constituiu ofi-

cialmente no dia 9 de março de 1966. Em 2013, foi publicada a correspondência entre Fuentes e Orfila entre 1965 e 1979, um documento de enorme valor para entender o mundo editorial daquela época e as redes que escritores e intelectuais teceram com o objetivo de publicar suas obras. O compromisso de Fuentes com a Siglo XXI, a partir daquele episódio, não se limitou a uma iniciativa individual: ele buscou transformar o projeto num empreendimento coletivo. Com esse objetivo, transformou-se num verdadeiro embaixador da Siglo XXI na Europa, num gestor de títulos e assinaturas prestigiosas para o novo selo: em várias oportunidades, ele oferece a Orfila ajuda para conseguir a adesão de Neruda, Asturias, Alberti, Cortázar, Carpentier, Vargas Llosa; mais tarde, as adesões se transformam em solicitações concretas para obter títulos que pudessem dar mais peso ao lançamento da editora. Ele mesmo se compromete a entregar seu próximo romance, promessa que cumpre, ainda que com demora: *Zona sagrada* foi editado pela Siglo XXI em 1967; Alejo Carpentier promete a Fuentes o romance que está escrevendo, um projeto que não foi finalizado; Julio Cortázar cumpriu o compromisso e entregou a Orfila a coletânea *La vuelta al día en ochenta mundos* (1967) e *Último round* (1969); Miguel Ángel Asturias, que naquela época publicava seus livros na editora Losada, enviou à Siglo XXI *El espejo de Lida Sal*, editado também em 1967, ano em que o guatemalteco ganhou o Prêmio Nobel.

Como se vê, nesse contexto específico, Fuentes se transformou num autor-agente que buscou investir na tradicional relação entre editores e autores. Agora, a relação é de solidariedade, de auxílio a um editor respeitado por ter sido vítima de uma injustiça. Como a expulsão de Orfila, eufemizada em razões pouco convincentes, escondia sórdidos motivos ideológicos no contexto da Guerra Fria cultural, os autores defenderam o editor como um companheiro de caminhada. Não diríamos que a política produziu uma denegação (com o teor psicanalítico do termo) do econômico, e sim que houve um deslocamento no qual a política se pôs como principal contradição, e a economia – ou seja,

a relação contratual, capitalista, entre editor e autor – se tornou uma contradição secundária.

Segundo modelo: o editor e o publisher

Em 1966, Cortázar era um autor da Sudamericana. A editora argentina havia publicado, desde 1951, quatro livros de relatos e dois romances do escritor, que havia encontrado em Francisco “Paco” Porrúa, diretor do selo, um editor que se tornou amigo e confidente no decorrer do tempo. Já se reconheceu – e com justiça – o “faro” de Porrúa ou suas célebres “descobertas”. Como assessor da Sudamericana, foi ele que leu e recomendou a publicação dos textos de Cortázar e *Cien años de soledad*, de Gabriel García Márquez, com o qual ganhou o apelido de “pai” do *boom* (ou, pelo menos, um de seus pais). Pode-se afirmar que a relação com Porrúa inaugura o período de sucesso de Cortázar, a partir da publicação de *Las armas secretas*, em 1959. Pois bem, tanto na relação do escritor com um possível mercado de traduções, como na pouca simpatia que ele nutria pelos comandantes da Sudamericana, Porrúa se converteu num mediador excepcional. Ambos estabeleceram um pacto: não falar de dinheiro, e, dessa maneira, Porrúa encaminhava as reclamações de Cortázar a Antonio López Llausás, diretor da empresa, de modo que existiam dois circuitos, o literário e o econômico, e os interlocutores eram diferentes. Mas Porrúa era quem fechava o triângulo, porque, por um lado, defendia o projeto literário de Cortázar perante seus chefes, mas nunca deixava de defender os interesses da empresa; graças a Porrúa, e apesar dos conflitos (que não foram poucos), Cortázar manteve uma notável fidelidade à Sudamericana. Enfim, Porrúa serviu muito, e de diferentes maneiras, a ambos: Cortázar e López Llausás. Pelo menos até 1968, Porrúa foi o que chamaríamos hoje de agente literário de Cortázar. Para isso, teve de ser paciente com relação às diversas obsessões do escritor: a decisão de revisar várias vezes as provas de seus livros até que esti-

vesse seguro de sua forma e conteúdo; a preocupação recorrente com as capas, para que tivessem um design coerente com a época; a insistência em costurar contatos com editoras estrangeiras, desde que respeitadas as escolhas de tradutores do escritor; o pedido reiterado de que fossem atendidas as necessidades econômicas de sua mãe e de sua irmã, que viviam na Argentina. Ao mesmo tempo, Cortázar mantinha uma atitude sarcástica para com López Llausás, a quem se referia por suas iniciais ou por vários apelidos: “the Old Man”, “the Old Man from Cataluña”, a “Generalitat”, “os cartagineses”. Como se pode ver, da ausência de mediações entre Fuentes e Orfila, passamos a um modelo triangular de autor-editor-*publisher*, à moda anglo-saxã, no qual o editor funciona como o articulador entre o dinheiro e a literatura.

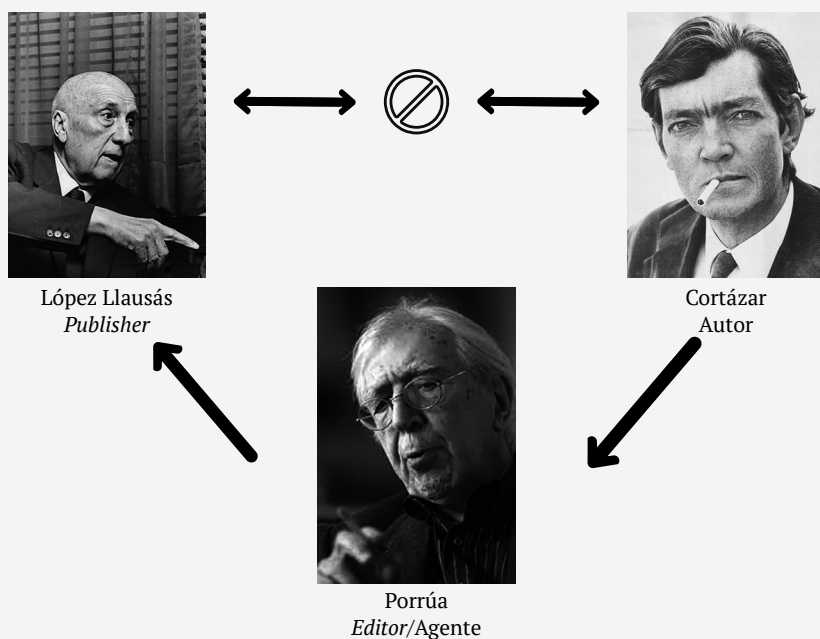


Figura 1: Modelo triangular de autor-editor-*publisher*.

Terceiro modelo: a agente

Neste modelo, aparece o agente literário. A maioria dos testemunhos coincide em que o encontro de Gabriel García Márquez e a espanhola Carmen Barcells em 1965 consolida a prática, hoje difundida, de representação dos escritores por meio dos agentes literários. Os autores (representados por ela) identificam o surgimento de Barcells no mercado de língua espanhola como uma espécie de articuladora muito significativa, que estabelece um “antes” e um “depois” no longo processo de profissionalização dos escritores. Não vou sintetizar aqui sua trajetória nem retomar o infinito anedotário que cerca sua figura, que de tão repetido chega a ser entediante (Moret, 2002, p. 220-225; Vila Sanjuán, 2003, p. 127-140; Ayén, 2019, p. 122-153). Detenho-me em dois momentos, mencionados por Xavi Ayén em seu já clássico livro sobre o *boom*, porque são significativos para nossa linha de reflexão. O primeiro desses episódios é uma carta que García Márquez enviou a Vargas Llosa e para a qual o livro de Ayén (abundante em omissões) não menciona data: “Fazendo as contas, Julio [Cortázar] e eu chegamos à conclusão de que os editores têm ganhado uma fortuna surpreendente com nossos livros. O fato é que sempre assinamos o contrato elaborado por eles, e é necessário inverter os termos, de modo que sejam eles que assinem os contratos feitos por nós” (in Ayén, 2019, p. 139).

Como se vê em García Márquez, Barcells inverte a direção dos contratos: eles já não vêm do editor para o autor, e sim do autor (por intermédio do agente) ao editor. É como se, num gráfico imaginário que ilustrasse essa relação, o sentido das flechas mudasse. Contudo, há outro aspecto a ser destacado. No segundo episódio mencionado, vale reproduzir um diálogo entre Ayén e Barcells: “— Você cria uma relação pessoal muito forte com seus clientes, laços afetivos indestrutíveis. E os negócios vêm depois, não? — Não, é o contrário: primeiro vem a relação profissional; depois, em função do meu caráter, tento dar a eles soluções para problemas de todo tipo” (Ayén, 2019, p. 127). Aqui se vê a mudança fundamental que o agente impõe, e a resposta categórica

de Balcells vai no sentido contrário ao do imaginário, neste caso, do entrevistador. A relação que Ayén pressupõe em sua pergunta é a do editor com o autor: primeiro ocorre a sedução por meio da denegação da economia; em seguida, quando o autor já está “amolecido”, não é difícil que ele assine o contrato.

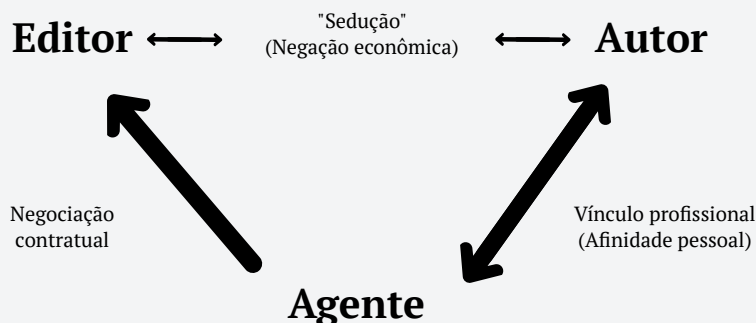


Figura 2: "Paradoxo" autor-agente-editor.

Com o agente, é o oposto: primeiro é necessário fechar o contrato e depois sair para beber. Assim, o triângulo mostra-se férreo, e qualquer tentativa de “atravessar” a agente estará condenada ao fracasso, porque o autor já não fala, e nem deve falar, de dinheiro com o editor. Somente nesse contexto é que se pode compreender a frase genial de Antonio López Llausás: “Os *best-sellers* vão nos arruinar” (in Moret, 2002, p. 229).

Evidentemente, a capacidade de negociação do agente depende da potencialidade de venda de seus representados, mas também é certo que os que não vendem tanto querem embarcar na dos agentes mais poderosos para editar seus livros em melhores condições, de modo que o círculo costuma ficar restrito a poucos nomes.

Poderíamos dizer que é fácil ser um agente poderoso quando se conta com nomes como García Márquez, Vargas Llosa, Neruda, Cela e Asturias (apenas para mencionar os Prêmio Nobel que Balcells agenciou), mas o indiscutível mérito dela consiste justamente em ter conseguido essa carteira de clientes. Acabaram-se, então, as exclusividades; hoje, as editoras perderam sua identidade cultural, já não se sabe, nem interessa saber, quem editará seu livro; interessa, sim, saber quem paga mais, e é disso que se encarrega o agente. Muitos autores acreditaram estar livres quando o surgimento do mercado os emancipou de seus patronos, mas caíram nas mãos das decisões dos editores; nos últimos anos, acreditam libertar-se dos editores, mas caíram nas mãos das decisões de seus agentes.

Disso deriva um paradoxo: quanto mais o autor pode se concentrar na criação, graças ao agente, menos controle ele tem sobre os efeitos e sobre os usos de sua obra.

Terceiro momento: a edição sem editores

Vamos dar agora um salto, dos anos 1960 e 1970 para o século XXI, e saímos do extremo dos que vendem muito para o lugar mediano próprio da lógica de funcionamento de um mercado de livros. Durante os últimos trinta anos, produziu-se de modo vertiginoso uma série de transformações que foram reconfigurando esse mercado. À medida em que se exploram diferentes contextos, fica evidente que as mudanças são globais e que o que ocorre num mercado central parece se reproduzir, em outra escala, nos mercados periféricos. Os diagnósticos sobre tais transformações têm se restringido, em especial, a algumas delas:

- um processo crescente de concentração do mercado em poucas empresas, constituídas num oligopólio transnacional que tem se caracterizado por dar uma grande fluidez ao intercâmbio entre países e por impor critérios de alta rentabilidade difíceis de sustentar para os selos incorporados;

- o desenvolvimento de novas tecnologias aplicadas à produção de livros e seus efeitos mais visíveis: barateamento dos custos, imediatez da elaboração (*print on demand*), multiplicação dos títulos, os “livros demais” (Zaid, 2010), redução das tiragens, visibilidade dos catálogos em websites, edição digital (*e-books*), entre muitos outros;
- o surgimento de editoras pequenas e médias (independentes, alternativas ou marginais, de acordo com sua posição no mercado), que conseguiram encontrar “nichos” menos ou mais rentáveis em gêneros, temas e autores que não interessam à voracidade dos grandes grupos;
- a consolidação de novas figuras de editor, provenientes de espaços não vinculados à alta cultura, e cujas atividades se diferenciam cada vez mais do perfil profissional vigente até os anos 1980;
- a intermediação de agentes e representantes que articulam, de um modo menos pessoal e mais profissionalizado, o velho contato editor-empregador / autor-empregado;
- os novos espaços de comercialização dos livros por meio das grandes cadeias e das ofertas online, que colocaram em xeque as velhas livrarias (e os velhos livreiros), sobretudo em países nos quais não vigora a lei do preço fixo;
- as novas formas de comercialização de livros por meio da “colonização” dos espaços de referência: programas de televisão, suplementos culturais, prêmios literários e de ensaio, turnês de lançamento, escândalos midiáticos;
- de modo correlato, a “explosão” de novos gêneros e formatos: livros de autoajuda, dieta, esportes, filosofias *light* para empresários, biografias “não autorizadas”, divulgação histórica e científica, “investigações jornalísticas” sobre fatos políticos de alta visibilidade nos meios de comunicação.

Esse resumo apressado não pretende ser original: sobre tais transformações muito já foi dito e escrito. Focalizemos, então, em nosso tema: como se dá, nesse contexto, a relação autor-editor?

Para caracterizar a fisionomia dos editores dos grandes grupos (profissionais que podem trabalhar em um ou em outro desses grupos), frequentemente, tem se utilizado a figura do “editor ativo”. Não se deve supor, por contraste, que os editores tradicionais eram sujeitos passivos que esperavam, em sua escrivaninha, o manuscrito salvador; pelo contrário, eles costumavam ser mediadores eficazes, homens que sabiam combinar com astúcia um projeto cultural e um negócio rentável. Nesse novo contexto de formulação, “ativo” designa o editor que imagina um livro vendável e vai procurá-lo. Não se trata apenas de desenvolver habilidades para “caçar” o *best-seller*: agora é preciso fabricá-lo, mensurar o interesse do público por algum tema que ocupa um lugar de controvérsia na mídia e produzir livros nessa direção. Assim, os novos gerentes dos consórcios editoriais, com altos honorários, se esforçam para conseguir tais livros, comercializá-los rapidamente e lançar campanhas de promoção para empurrar o título ao público leitor. Esses novos gerentes, verdadeiros *parvenus*² no campo editorial, costumam exibir trajetórias de formação muito diferentes das dos editores tradicionais: muitas vezes provêm da comunicação, do jornalismo, das mídias em geral. Dentre as qualidades que eles precisam mostrar, há uma que se repete: o “despreconceito”. Numa nota publicada no jornal *La Nación*, em 2010, vários editores dão seus testemunhos; detenho-me nos representantes dos dois grupos editoriais mais poderosos. Diz Pablo Avelluto, da Random House Mondadori³: “O critério de leitura das pessoas não segue o critério das editoras. As pessoas misturam, leem de diferentes maneiras. (...) E a maneira de pensar do editor deve ser completamente sem preconcei-

² Termo em francês geralmente usado para referir-se aos chamados “alpinistas sociais”, pessoas que obtêm sucesso econômico ou posição social privilegiada de modo repentino e usando meios pouco convencionais. (N.T.)

³ Não é um dado menor que Pablo Avelluto tenha sido Ministro de Cultura da Nação durante a presidência de Mauricio Macri; em alguns casos, os novos editores não só “colonizaram” os grandes consórcios, mas também os espaços de referência e de decisão do Estado. É raro que um editor seja ministro de cultura, mas ainda mais raro é que esse ministro seja um fabricante de *best-sellers*.

tos”. Traduzimos: a crítica a esses grandes selos não é um julgamento, e sim um pré-julgamento, um preconceito; portanto, é necessário ser “sem preconceitos” para editar o que vende, mesmo que seja ruim. Para voltar ao nosso tema, a novidade radical dessa transformação é que a relação autor-editor é, poderíamos dizer, imaginária: o autor *não existe*; imagina-se o perfil e parte-se em busca dele. Ademais, sabe-se que o escritor *ad hoc* é muito mais barato do que o escritor consagrado. No mercado de língua espanhola, o surgimento de novos editores nos grande grupos foi se consolidando na primeira década do século, na qual se nota uma chamativa mudança geracional, uma vez que, em poucos anos, faleceram Mario Lacruz (2000), Josep Vergés (2001), Juan Grijalbo (2002), José Manuel Lara Hernández (2003), Jesús de Polanco (2008), Jaime Salinas (2011), Javier Pradera (2011), Esther Tusquets (2012), Jaume Vallcorba (2014), Francisco Porrúa (2014) e José Manuel Lara Bosch (2015).⁴

Voltamos, como no início, a pedir o auxílio de Roger Chartier. Na primeira pergunta da entrevista já mencionada, Alejandro Dujovne sugere a forte relação entre a virada do milênio e o livro de André Schiffrin, *La edición sin editores*, publicado em 1999. Como se sabe, o editor francês denunciava que o processo de concentração e financeirização do mundo editorial havia levado a um deslocamento da figura do editor e à sua substituição por gerentes de marketing e de relações comerciais; o mundo do livro ficou nas mãos de “um universo de profanos”, nas palavras de Dujovne. A resposta do historiador francês amplia a hipótese de Schiffrin, já que “a edição sem editores” não implica apenas a concentração do mercado num oligopólio de empresas que buscam tão somente a rentabilidade e a rápida rotatividade dos produtos. Implica também ao menos dois outros fenômenos. O primeiro são as práticas de algumas editoras que, a rigor, não editam,

⁴ Faço a ressalva de que, nessa lista, encontram-se tanto grandes editores culturais (Vallcorba, Porrúa) como editores puramente comerciais (os Lara): o objetivo é tão somente explicitar a mudança da época.

mas apenas imprimem: pula-se o processo de *editing*, o trabalho sobre os manuscritos junto ao autor; o *editing* estaria desaparecendo em função do *publishing*. Se pensarmos esse fenômeno dentro de um ciclo de longa duração, ele representaria um retrocesso ao momento anterior à aparição do editor, no qual o autor encomendava um trabalho à gráfica, geralmente sob os auspícios de um mecenas. O segundo fenômeno, impulsionado pelas novas tecnologias, é o crescimento recente da autoedição, uma prática frequente no século XVIII que os franceses chamavam *édition aucun d'auteur*: o autor encomendava um livro e se ocupava de vendê-lo. Agora, essa prática se vê facilitada pelas redes sociais. Refiro-me, por exemplo, ao website Escritores.org, promovido como “A página de que todos os que se dedicam à criação literária precisam”; “Esta página não torna ninguém um ás da literatura, mas pode ser um bom apoio”.



Figura 3: Captura de tela adaptada da página do site “Escritores.org”.

Pode-se mencionar também o site Caligrama, “o selo da publicação personalizada” – um eufemismo para não chamar de autoedição – da Penguin Random House. Esse caso é interessante porque não se trata

de procurar a autopublicação como um modo alternativo aos grandes selos editoriais; em vez disso, é o mais poderoso grupo editorial do mundo que está favorecendo essa prática. E também os gigantes tecnológicos competem no segmento da autoedição, com a Amazon na liderança, por meio de seu Kindle Direct Publishing, a mais poderosa no mundo anglo-saxão (Thompson, 2022, p. 17). Assim, os três fenômenos mencionados por Chartier acabam por confluir em um só: são os grandes grupos que propiciam, por uma via ou outra, uma edição sem editores.

Em suma, a relação autor-editor hoje poderia ser reformulada como autor-agente-empresa editorial, onde o editor, no sentido de *editing*, foi desaparecendo, e o que realmente importa é o acordo que o agente consegue fazer com o *publisher*.

Um exemplo flagrante disso ficou conhecido em 2020: a decisão do agente Andrew Wylie de vender os direitos de edição em espanhol da poeta Louise Glück – que havia recentemente ganhado o Prêmio Nobel – a quem desse o melhor lance e abandonar, assim, a editora valenciana Pre-Textos, que havia editado sete dos onze livros da autora, ao longo de 14 anos, quando ela era uma perfeita desconhecida. Nesse caso, o editor riscado no nosso esquema tem nome e sobrenome: Manuel Borrás. Como também temos de riscar Julieta Lionetti, a editora do pequeno selo Poliedro, que em 2003 publicou um romance do desconhecido autor tanzaniano Abdulrazak Gurnah, Prêmio Nobel em 2021. Ao fechar a editora em 2012, os direitos da obra ficaram livres e rapidamente a Penguin Random House se apoderou deles, por meio da Salamandra, um selo com um catálogo espetacular construído por Sigrid Kraus e Pedro del Carril, mas comprado pelo grande grupo em 2019 (gostaria que essa referência servisse de homenagem aos editores culturais, por vocação, que se tornaram vítimas da expansão dos grandes grupos).

Obviamente, não ignoro que as coisas são diferentes no mundo da edição independente, e que esse mundo constitui um ecossistema no qual a figura do editor não só conseguiu sobreviver, mas também ocupa um lugar central, mas essa análise ficará para outra oportunidade.



Figura 4: A edição sem editores.

Para concluir, deixo umas poucas linhas sobre a edição digital, embora o tema não seja parte dos meus trabalhos de pesquisa. Talvez na esteira das profecias próprias do fim de século, os diagnósticos para a indústria do livro ao final dos anos 1990 costumavam ser apocalípticos: o surgimento das edições em suporte digital ameaçava varrer do mapa o livro em papel e o tema que atravessava os encontros e simpósios de editores e livreiros era a “reconversão”, imbuída de uma aura de fim de época, de mudança de paradigma, de giro histórico. No entanto, após mais de vinte anos daqueles prognósticos, notamos que as novas tecnologias afetam de maneira muito diferente o circuito de produção, circulação e consumo de livros. No campo da produção, como demonstrou lucidamente Gabriel Zaid, “a economia do livro, ao contrário da economia dos periódicos, do cinema e da televisão, é viável em pequena escala” (2020, p. 23). Se somamos o barateamento da produção em pequena escala ao encarecimento dos custos de

manutenção e de estocagem, podemos compreender as causas de um fenômeno característico das últimas décadas: os “livros demais”.

A quantidade de títulos editados desafia qualquer inventário e escapa às possibilidades de acompanhamento, mesmo do leitor mais atento; a outra cara do fenômeno é a brusca queda das tiragens. O total de títulos publicados na Argentina em 1999 foi de 12.300; em 2013, foi de 27.700. E não há livreiro nem leitor que consiga processar mil novidades por mês.



Figura 5: À esquerda, *Los demasiados libros*, de Gabriel Zaid, publicado no Brasil como *Livros demais! Sobre ler, escrever e publicar* (Summus Editorial). À direita, livros em uma vitrine. Foto: Fabio Esposito.

É comum que o surgimento das novas tecnologias no mercado do livro tome a forma de várias ameaças.

- Primeira ameaça: essas tecnologias não favorecem apenas as empresas legalmente constituídas, mas, talvez em maior medida,

beneficiem as práticas de pirataria; quase paralelamente ao lançamento da primeira edição de um livro de sucesso, já circula uma versão, quase idêntica, produzida no mercado ilegal.

- Segunda ameaça: o livro digital, para ser lido seja na tela tradicional, seja nos suportes de formato pequeno, como os tablets e os *e-readers*. Essa ameaça era a que ocupava o primeiro lugar nas profecias mais ou menos apocalípticas; contudo, foi se desfazendo com o tempo, já que o suporte em papel parece ser resistente à mudança e continua sendo o preferido para os leitores de textos extensos. Nesse sentido, um caso exemplar é a Editorial Teseo, fundada em 2007 como a primeira editora argentina de edição exclusivamente digital; com o tempo, ela teve de adotar o que agora denomina “sistema de distribuição global misto (papel e digital)”.

- Terceira ameaça: a falta de controle sobre a circulação dos textos na rede. As políticas de escaneamento massivo, levadas a cabo por empresas como a Google, conseguiram colocar tanto editores quanto autores contra a parede: num primeiro momento, eles hesitaram em ceder direitos, já que a versão digital competiria com o livro em papel; em seguida, ficaram tentados a ceder, uma vez que a visibilidade propiciada pela rede, longe de diminuir as vendas do livro em papel, na maioria dos casos a multiplicava. Nesse ponto, o mais interessante foi o debate sobre o acesso público e gratuito aos materiais escaneados, debate que teve como protagonista o historiador Robert Darnton, que confrontou as corporações privadas que defendem acesso limitado e sujeito a pagamento (2010, p. 19-35). Na Espanha, um debate sobre o mesmo tema opôs o escritor Antonio Muñoz Molina e o político socialista Juan Carlos Rodríguez Ibarra.

- Quarta ameaça: as vendas online e as vendas em grandes redes varejistas, que alteram profundamente o modo de circulação dos livros, pondo contra a parede as livrarias tradicionais, em muitos casos driblando as regulações, como a lei do preço fixo.

Ora, falou-se e ainda se fala muito sobre tudo isso e seria necessário aprofundar cada um dos aspectos de que tratei de modo sumário. Focalizemos, porque é nosso tema, as novas figuras de editor. No relatório que Alejandro Dujovne (2022) preparou para o CERLALC, traça-se

um panorama do ecossistema do livro em nossa região nos anos pós-pandemia. Ali estão indicados alguns dos principais obstáculos nas trilhas de formação de novos editores. Em primeiro lugar, se tratamos da edição independente e das pequenas empresas, é muito forte a tendência vocacional e a paixão pelos livros; com frequência, a ênfase colocada em construir um catálogo ocorre em detrimento da administração sadia dos recursos. Nas palavras de um editor: “A maior parte das editoras pequenas é dirigida por pessoas que provêm de cursos de Letras e que não sabem fazer contas”. Em segundo lugar, o baixo nível de profissionalização se estende, de modo mais dramático, ao mundo digital, como se produzir e comercializar livros fora do sistema clássico do formato em papel e das vendas em livrarias fosse atentar contra um circuito menos contaminado – e, pelo menos em teoria, menos ameaçado – pelos circuitos *mainstream* e das empresas do *entertainment*. Em terceiro lugar, nos testemunhos coletados nesse relatório, é possível notar uma espécie de conflito geracional entre velhos e novos editores que, com frequência, coloca travas aos acordos setoriais e às iniciativas próprias de associativismo.

No entanto, e mesmo reconhecendo essas dificuldades, eu formularia uma hipótese que, neste momento, não poderia demonstrar. Se as novas tecnologias aplicadas ao livro digital alteraram, como dissemos, todo o circuito, desde a produção ao consumo, não modificaram tanto assim o papel do editor. O editor é, na linguagem que as empresas costumam utilizar, um produtor de conteúdos, e os conteúdos devem continuar seu fluxo, independentemente do suporte em que circulem. O que quero dizer é que o perigo que Schifffrin sintetizou com a expressão “edição sem editores” concerne tanto à edição em papel quanto à edição digital, perigo que não depende do suporte em que se editem os conteúdos, mas sim das exigências de rentabilidade das empresas que financiam essa produção. Um bom editor cultural não representa um obstáculo para a edição digital; representa um obstáculo para aqueles que querem editar porcarias.

Referências

- ARRIETA, Rafael Alberto. *La ciudad y los libros*. Buenos Aires: Librería del Colegio, 1955.
- AYÉN, Xavi. *Aquellos años del boom*. García Márquez, Vargas Llosa y el grupo de amigos que cambió todo. Buenos Aires: Debate, 2019.
- CHARTIER, Roger. *La edición en tiempos inciertos*. Entrevista de Alejandro Dujovne. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=nudZ3Wo1_cQ&t=1321s.
- CHARTIER, Roger. *Cultura escrita, literatura e história*. México: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- DE DIEGO, José Luis. *La otra cara de Jano*. Una mirada crítica sobre el libro y la edición. Buenos Aires: Ampersand, 2015.
- DUJOVNE, Alejandro. *El ecosistema del libro en Iberoamérica, un estado de la cuestión*. Bogotá: CERLALC, 2022.
- FELKAY, Nicole. *Balzac ey ses éditeurs, 1822-1837*. Essai ser la librairie romantique. París: Promodis, 1987.
- FUENTES, Carlos; REYNAL, Arnaldo Orfila. *Cartas cruzadas*. Apresentação de Jaime Labastida; prólogo e notas de Ignacio Padilla. Cidade do México: Siglo XXI, 2013.
- GÁLVEZ, Manuel. "El novelista se hace editor", *Recuerdos de la vida literaria*, tomo II: *En el mundo de los seres ficticios*. Buenos Aires: Hacette, 1961. p. 87-99.
- GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel "Desventuras de un escritor de libros", *El Espectador*, Bogotá, 7 ago. 1966.
- GIUSTI, Roberto F. *Visto y vivido*. Anécdotas, semblanzas, confesiones y batallas. Buenos Aires: Losada, 1965.
- MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús. *Vivir de la pluma*. La profesionalización del escritor, 1836-1936. Madrid: Marcial Pons, 2009.
- MORET, Xavier. *Tiempo de editores. Historia de la edición en España, 1939-1975*. Barcelona: Destino, 2002.
- NAVARRO VIOLA, Alberto. *Anuario Bibliográfico de la República Argentina: crítica, noticias, catálogos*. Buenos Aires: Imprenta del Mercurio-Imprenta Biedma, 1880-1888.
- PASTORMERLO, Sergio. "El surgimiento de un mercado editorial". In: DE DIEGO, José Luis (dir.) *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2000)*. Buenos Aires-México: Fondo de Cultura Económica, 2014. p-1-29.

PATTEN, Robert L. *Charles Dickens and his Publishers*. Oxford at the Clarendon Press, 1978.

SCHIFFRIN, André. *La edición sin editores*. Las grandes corporaciones y la cultura. Trad. Eduardo Gonzalo. Santiago de Chile: LOM; Trilce, 2001.

SORÁ, Gustavo. *Editar desde la izquierda en América Latina. La agitada historia del Fondo de Cultura Económica y de Siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2017.

SORIANO, Osvaldo. *Piratas, fantasmas y dinosaurios*. Buenos Aires: Norma, 1996.

THOMPSON, John B. Revolución digital y cambios editoriales. *Texturas*, n. 49, pp.13-20, 2022.

UNSELD, Siegfried. *El autor y su editor*. Trad. Genoveva Dietrich e Antón Dietrich. Madrid: Taurus, 2004.

VILA-SANJUÁN, Sergio. *Pasando página*. Autores y editores en la España democrática. Barcelona: Destino, 2003.

ZAID, Gabriel. *Los demasiados libros*. México: Debolsillo, 2010.

Nota da revisora

Ao longo desta obra, José Luis de Diego mencionou livros que, em diversos casos, têm tradução no Brasil. Estes são os que identificamos, com a colaboração de Sérgio Karam, a quem agradecemos:

A morte de Artemio Cruz, de Carlos Fuentes. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. Trad. Inez Cabral. Tradução anterior: Rio de Janeiro: EdInova, 1968. Trad. Geraldo Galvão Ferraz (republicado pela Abril Cultural em 1975);

A volta ao dia em 80 mundos e Último round, ambos de Júlio Cortázar, divididos em dois volumes cada um. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. Trad. Ari Roitman e Paulina Wacht;

O espelho de Lida Sal, de Miguel Ángel Asturias. Lisboa: Dom Quixote, 1969. Trad. Pedro da Silveira [edição portuguesa];

Cem anos de solidão, de Gabriel García Márquez. Rio de Janeiro: Record, 2009. Trad. Eric Nepomuceno. Tradução anterior: Rio de Janeiro: Sabiá, 1968. Trad. Eliane Zagury;

As armas Secretas, de Julio Cortázar. Rio de Janeiro: José Olympio, 1994. Trad. Eric Nepomuceno. Republicado pela Civilização Brasileira em 2010;

O autor e seu editor, de Siegfried Unseld. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1986. Trad. Áurea Weissenberg.

Outros livros mencionados, sem edição brasileira, são:

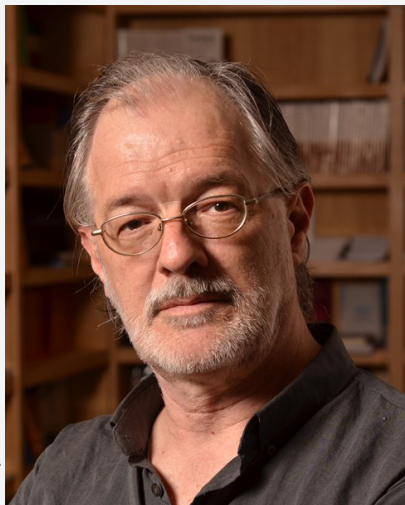
La edición sin editores, de André Schiffrin, que é a versão em espanhol do livro *L'édition sans éditeurs*. Esse título não tem tradução no Brasil, mas é uma versão ligeiramente modificada de *The bussiness of book*, que foi publicado como *O negócio dos livros* (tradução de Alexandre Martins para a Casa da Palavra). O autor também tem outro livro publicado no Brasil, *O dinheiro e as palavras* (tradução de Celso Mauro Parciornik para a editora Beí);

Balzac et ses éditeurs: essai sur la librairie romantique, de Nikole Felkay;

Visto y vivido, de Roberto Giusti;

La región más transparente, Las buenas consciencias e Zona sagrada, de Carlos Fuentes;

“Cortázar y sus editores”, de José Luis de Diego, é um artigo incluído em *La otra cara de Jano*, sem tradução no Brasil, embora o autor tenha partes desse livro traduzidas no Brasil na obra *Projetos editoriais e redes intelectuais na América Latina*, traduzido por Sérgio Karam e Ana Elisa Ribeiro para as editoras Moinhos e Contafios.



José Luis de Diego é doutor em Letras e professor emérito da Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Atuou como professor de “Introducción a la Literatura” e “Teoría Literaria II” da UNLP. Seus livros mais recentes são: *La otra cara de Jano. Una mirada crítica sobre el libro y la edición* (Ampersand, 2015) *Los autores no escriben libros. Nuevos aportes a la historia de la edición* (Ampersand, 2019), *Projetos editoriais e redes intelectuais na América Latina* (Moinhos/Contafios, 2020), *Los escritores y sus representaciones* (Eudeba, 2021) e *La sagrada mercancía. Estudios sobre literatura y edición* (Ampersand, 2024). Desde 2011 codirige com Sylvia Saítta a coleção “Serie

de los Dos Siglos” para a Editorial Universitaria de Buenos Aires (Eudeba). Desde 2015 coordena a seção Argentina e é membro do comitê assessor do portal “Editores y Editoriales Iberoamericanos (siglos XIX-XXI)”/EDI-RED (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes- CSIC). Especializou-se em temas da história intelectual, teoria literária e, nos últimos anos, história da edição.

José Muniz Jr. é professor do Departamento de Linguagem e Tecnologia do CEFET-MG, onde atua no bacharelado em Letras e no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens. É doutor em Sociologia, mestre em Ciências da Comunicação e graduado em Editoração pela Universidade de São Paulo (USP). Fez estágios de pesquisa na Universidad Nacional de Quilmes (UNQ, Argentina) e na Universidade Estadual do Ceará (UECE). É coordenador adjunto da LED, editora-laboratório do curso de Letras do CEFET-MG. Pesquisa e leciona temas relacionados a mercado editorial, práticas editoriais e tratamento editorial de textos.

Ana Elisa Ribeiro é professora titular do Departamento de Linguagem e Tecnologia do CEFET-MG, onde atua no bacharelado em Letras e no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens. É doutora e mestre em Estudos Linguísticos, além de licenciada e bacharel em Letras pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). É pesquisadora da Fapemig e do CNPq nos temas do livro e da edição. Entre outros, publicou os ensaios *Subnarradas: mulheres que editam* (Zazie, 2020) e *Como nasce uma editora* (Entretantas, 2023; UAM, 2024).



Modernismos: Poesia em Pernambuco – recortes

Pedro Américo de Farias

Concertar, consertar: notas sobre preparação de originais e revisão de provas

Leonardo Mordente

Sobre a relação editor-autor

José Luis de Diego

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS (CEFET-MG)

Diretora-Geral

Carla Simone Chamon

Vice-Diretor

Conrado Rodrigues

Chefe de Gabinete

Danielle Marra de Freitas Silva Azevedo

Diretora de Educação Profissional e Tecnológica

Lilian Aparecida Arão

Diretor de Graduação

Moacir Felizardo de França Filho

Diretora de Pesquisa e Pós-Graduação

Laise Ferraz Correia

Diretor de Planejamento e Gestão

Flávio Luis Cardeal Pádua

Diretor de Extensão e Desenvolvimento Comunitário

Patterson Patrício de Souza

Diretora de Governança e Desenvolvimento Institucional

Carolina Riente de Andrade

Diretor de Tecnologia da Informação

Sandro Renato Dias

Diretor de Desenvolvimento Estudantil

Leandro Braga de Andrade

DEPARTAMENTO DE LINGUAGEM E TECNOLOGIA

Chefe

Sérgio Roberto Gomide Filho

Chefe Adjunta

Ana Elisa Ribeiro

BACHARELADO EM LETRAS - TECNOLOGIAS DE EDIÇÃO

Coordenadora

Joelma Rezende Xavier

Coordenadora Adjunta

Mariana Jafet Cestari



Coordenadora

Elaine Amélia Martins

Comissão Editorial

Profa. Dra. Ana Elisa Ribeiro

Profa. Dra. Elaine Amélia Martins

Prof. Dr. José de Souza Muniz Jr.

Prof. Dr. Luiz Henrique Silva de Oliveira

Prof. Dr. Rogério Silva Barbosa

Prof. Dr. Wagner Moreira

Conselho Editorial

Profa. Dra. Ana Cláudia Gruszynski (UFRGS, Brasil)

Profa. Dra. Andréa Borges Leão (UFC, Brasil)

Profa. Dra. Daniela Szpilbarg (CIS-IDES-CONICET, Argentina)

Profa. Dra. Isabel Travancas (UFRJ, Brasil)

Profa. Dra. Luciana Salazar Salgado (UFSCar, Brasil)

Prof. Dr. Luis Alberto Ferreira Brandão Santos (UFMG, Brasil)

Profa. Dra. Marília de Araújo Barcellos (UFSM, Brasil)

Prof. Dr. Mário Alex Rosa (UNI-BH, Brasil)

Prof. Dr. Mário Vinícius Ribeiro Gonçalves (CEFET-MG, Brasil)

LED é a editora-laboratório do Bacharelado em Letras: Tecnologias de Edição do CEFET-MG. Tem por objetivo proporcionar ao corpo discente um espaço permanente de reflexão e experiência para a prática profissional em edição de diversos materiais. Tem como princípios fundadores: a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; a integração entre formação teórica e formação prática; e a valorização do aprendizado horizontal e autônomo.

www.led.cefetmg.br | led.cefetmg@gmail.com

© José Luis de Diego, 2024.

© desta edição, LED, 2024.

1ª edição, junho de 2024.

Coordenação editorial da coleção

Ana Elisa Ribeiro e Wagner Moreira

Tradução e preparação de texto

José Muniz Jr. e Ana Elisa Ribeiro

Projeto gráfico e diagramação

Antônio de Andrade

Capa

Antônio de Andrade e Ana Elisa Ribeiro

Revisão de Texto

Vanessa Alves

A “Coleção Aspas” tem o objetivo de publicar textos que originalmente foram falados, como conferências, palestras e aulas, de pesquisadores e pesquisadoras convidados/as.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária

Bibliotecário Wagner Moreira de Souza – CRB6 - 2623

D559s Dieg Diego, José Luis de

Sobre a relação editor-autor [recurso eletrônico]/ José Luis de Diego; tradução:
José Muniz Jr. e Ana Elisa Ribeiro. - Belo Horizonte: LED, 2024.

37 p.

ISBN: 978-65-87948-48-5

1. Edição. I. Título.

CDD 070.5

