



palavra editada

Ana Elisa
Ribeiro

Alice
Bicalho

led

Guilherme
Bandeira

Allane
Barbosa

Letras
TECNOLOGIAS DE EDIÇÃO

Alex Zani

Mauricio
de Sousa

Keite
Miranda

Palavra Editada

Empreendedores

Iriam
Starling



Antônio
Ursine

Luiz
Fernando

CEFET-MG
DELTEC

Copyright © by CEFET-MG
Todos os direitos reservados.

Coordenação

Luiz Henrique Oliveira

Entrevistados

Alex Zani

Alice Bicalho

Allane Barbosa

Ana Elisa Ribeiro

Antônio Ursine

Guilherme Bandeira

Iriam Starling

Keite Miranda

Luiz Fernando

Mauricio de Sousa

Entrevista e transcrição

Ana Carolina Lemos

Davi Diamante

Ellen Porto

Évelin Guimarães

Ingrid Vasconcelos

João Paulo Santos

Kerllen Kezia

Layza Sousa

Ligian Quaresma

Luiz Fernando Silva

Luiza Diniz

Malu Mayer

Nicoly Santos

Simone Gonçalves

Thaís Lucas

Vivian Machado

Vinícius Leite

Revisão

Luiz Henrique Oliveira
Malu Mayer
Nicoly Santos
Simone Gonçalves

Diagramação

Malu Mayer

Arte da capa

Évelin Guimarães
Malu Mayer

Fotografias

Acervo pessoal – imagem cedida pelas(os) entrevistadas(os)

P154

Palavra Editada: Empreendedores. Luiz Henrique Oliveira, (organizador).
Belo Horizonte: LED, 2025.

82 p. – (Coleção Palavra Editada)
ISBN: 978-65-87948-65-2

1. Edição. I.Título.

CDD: 070.5

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária
Bibliotecário: Wagner Moreira de Souza – CRB/6-2623

Luiz Henrique Oliveira (Org.)

Palavra Editada

Empreendedores



palavra editada

Sumário

APRESENTAÇÃO.....	6
ANA ELISA RIBEIRO.....	9
IRIAM STARLING.....	18
ALEX ZANI.....	25
KEITE MIRANDA.....	38
ANTÔNIO URSINE.....	43
GUILHERME BANDEIRA.....	49
ALLANE BARBOSA MACHADO.....	55
ALICE BICALHO.....	67
LUIZ FERNANDO SILVA.....	72
MAURICIO DE SOUSA.....	77

APRESENTAÇÃO

Este livro é resultado de uma feliz experiência didática no curso de Letras do CEFET-MG, ocorrida em 2025/2, durante a disciplina *Mercado Editorial, Economia Criativa e Políticas Culturais*. E prova que, quando há ambiente comprometido com o crescimento intelectual, as possibilidades didáticas alargam-se sobremaneira.

No mês de agosto de 2025, eu havia apresentado o plano didático do componente curricular e uma das atividades avaliativas, em especial para tratar do tópico “economia criativa”. A tarefa seria realizar entrevistas com agentes do campo cultural, entendidos aqui em sentido amplo. Na nossa visão, entrevistar pessoas, isto é, ouvir quem vive d(a) cultura, poderia oferecer elementos para melhor compreendermos os estudos de ordem teórica, realizados dentro e fora de sala de aula. Parecia árido apenas ler sobre conceitos como campo, legitimação, investimento, eficiência, eficácia, efetividade, desenvolvimento, orçamento, fomento, política cultural, dentre outros.

O termo *Economia Criativa* designa modelos de negócio ou gestão que se originam de atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos ou de grupos com objetivo de geração de trabalho e/ou renda. Ela está preocupada com o desenvolvimento do potencial singular ou coletivo para produzir bens e serviços tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo inventivo e de significativo valor econômico. Cultura, moda, design, música, artesanato, televisão, rádio, cinema, fotografia, tecnologia e inovação são exemplos imediatos de setores em que tal recorte econômico ganha destaque.

A edição especial do [Relatório de Economia Criativa \(2013\)](#), elaborado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (*Unesco*) e pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (*Pnud*), evidencia o potencial da economia criativa como força transformadora no mundo de hoje. No Brasil, trata-se um dos setores em rápido crescimento – seja por necessidade, devido à precarização do trabalho, sobretudo após a última reforma trabalhista, seja por descobertas de oportunidades de ganhos em nichos de mercado ainda pouco explorados. Seja como for, a economia criativa tem, sim, impactado positivamente não só a geração de renda, mas também a criação de empregos e ganhos em escala. Assim, salienta a publicação, criatividade e inovação humana, tanto individual quanto em grupo, tornaram-se a verdadeira riqueza das nações no século XXI.

Aqui é importante destacar: devido ao potencial de crescimento da economia criativa no Brasil, foi implantada, em 2011, a Secretaria da Economia Criativa, sob o comando do Ministério da Cultura. Embora tenha sofrido idas e vindas, o papel de tal Secretaria é conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, de modo a oportunizar o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. Não seria desmedido, pois, dizer que o curso de Letras do CEFET-MG, um bacharelado em Tecnologias da Edição, trava diálogo imediato, desde o primeiro período, com a realidade da economia criativa. Desde as primeiras horas do curso, o objetivo é proporcionar o contato não só com práticas produtivas, mas com realidades de mercado. Um portfólio robusto, na nossa visão, como curso, é construído também por meio da capacidade de leitura de cenários e, principalmente, de proposições de soluções, as

quais, muitas vezes passam pela inventividade e pela busca de fomento.

Portanto, os relatos neste livro são menos registros de experiência de disciplina, e sim material didático para aqueles que virão depois de nós. Afinal, os desafios de tantos empreendedores culturais, quando vistos em conjunto, e a partir de pessoas que ocupam diversas posições no campo, sinalizam para toda a comunidade o que significa, em parte, produzir cultura (e edição) neste país.

Luiz Henrique Oliveira
novembro de 2025



ANA ELISA RIBEIRO

Entrevista concedida à:
Ellen Porto
Thaís Lucas

Meu nome completo é Ana Elisa Ferreira Ribeiro. Escrever, publicar, editar e dar aulas sobre isso é o que tenho feito ao longo da minha vida. O meu interesse pela escrita veio primeiro. Eu soube desde muito nova que queria me dedicar a isso, então foi a escrita que me levou às minhas outras escolhas. Estudei em escola pública e, naquela época, já queria escrever e publicar, mas não tinha a menor ideia de como fazer, já que ninguém ao meu redor fazia algo parecido. Nem a internet ainda não existia.

Pesquisando, descobri o curso de Letras, que imaginei que me aproximaria do estudo da língua portuguesa. Fiz a licenciatura em Letras na UFMG. Na época, não havia nada muito focado na área de edição, mas tive a sorte de encontrar a Sônia Queiroz. Fui amiga dela e participei de muitos projetos de extensão que ela realizava, de modo que me formei, de certa forma, fora da sala de aula. Depois de formada, voltei à UFMG para fazer o bacharelado em Letras, que não era tão diferente da licenciatura, naquele tempo.

Meu primeiro estágio fora da universidade foi na editora *Lê*, a convite da Sônia, onde integrei a equipe que produzia livros didáticos e, mais tarde, infantis. Depois, fui para a editora *Formato*, que foi comprada pela Saraiva no início dos anos 2000, onde auxiliava na edição de diversos livros, incluindo jurídicos e de medicina.

E assim foi, eu trabalhava para editoras, fazia bicos. Eu tentava conciliar isso com a sala de aula, mas era uma

carreira muito instável. As editoras quebravam e os funcionários eram demitidos. Muitas vezes, também não via muita chance de crescer, pois as empresas eram muito familiares e eu sentia que não sairia do lugar. Assim, fui conciliando a edição com aulas na educação básica e, depois, na educação superior. Posteriormente, fiz mestrado e doutorado em Linguística, sempre focada nas questões de leitura sob um ponto de vista linguístico, e não literário. Minha vida literária, digo no sentido da minha produção escrita, eu sempre levei em paralelo a esses trabalhos, sem nunca parar de produzir nessa área. Então minha vida profissional seguiu esse rumo. Também fiz pós-doutorados e vários outros cursos, porque a gente continua estudando sem parar. No entanto, considero que minha formação na área editorial foi toda em serviço, fora da sala de aula. Em três ou quatro anos de curso, tive apenas cerca de três aulas sobre revisão de texto. Já minha formação em edição veio dos estágios, das empresas onde trabalhei, e de colegas – trabalhei lado a lado com a design Christiane Linhares e aprendi muito com ela.

Chegou um momento em que o magistério tomou conta, pois a vida adulta exige essa estabilidade. Passei no concurso do CEFET como professora, mas antes disso, já havia me empenhado em formar pessoas que, como eu, queriam trabalhar com essa área, criando cursos de especialização na PUC e na Una. No CEFET, propusemos um curso na vertente de edição. Minha formação foi essa, institucional e paralela, na “raça”, no “acerto e no erro”, já que havia muito menos opções de oficinas e cursos na época.

Minha atividade principal, aquela que o imposto de renda me cobra, é a de professora do CEFET, onde estou há 20 anos. Atuo nos três níveis: ensino médio (com redação), graduação e pós-graduação, sempre abordando leitura, escrita, e

edição. Nesse sentido, consegui o que eu queria ao trabalhar com o que sempre sonhei. É ótimo lecionar, apesar do “massacre” de coisas que o professor deve fazer, pois ele tem que trabalhar antes da sala de aula, preparando as aulas, durante as aulas e depois, corrigindo provas, etc. Mas eu não posso e não quero largar minhas outras atividades, porque elas alimentam o ato de dar aula. Posso dizer que sou editora e atuei como tal, durante toda a minha carreira.

Hoje, sou editora para a editora *Peirópolis*, onde coordeno uma coleção de poesias escrita só por mulheres; na *Autêntica Contemporânea*, em um selo só de prosas contemporâneas; na editora *Moinhos*, onde tenho a coleção “Pensar Edição”; e na editora *Parábola*, onde coordeno a revisão de textos. Estou sempre editando livros, fazendo curadorias e pesquisando autores. Não posso ter uma empresa própria, pois é proibido por ser servidora pública, mas atuo constantemente como consultora de outros negócios do tipo e como escritora, o que me exige muito. Esse tipo de atividade paralela alimenta minha atividade principal, porque acho muito difícil dar aula sobre edição, mercado editorial e livro sem estar imersa nesse meio. É muito importante para mim, sentir o que está acontecendo, conversar com outros editores e ter essa rede de contatos.

A propósito, eu não tenho ponto de venda físico, nem loja virtual, nada fixo. A maioria dos meus livros estão em editoras comerciais, então eu não preciso me preocupar em vender nada. As pessoas acham que o escritor é dono dos livros dele. Se não tiver feito o próprio trabalho de editar seus livros, não é. Eu trabalho com editoras e elas fazem a venda. É até engracado, porque não é de conhecimento popular que o escritor não é quem vende o livro. Eu poderia fazer auto edição e vender, mas há muito tempo eu não faço isso. Eventualmente, recebo

uma parte dos livros como forma de pagamento de direito autoral de editoras pequenas e independentes, então posso fazer o que quiser com eles, como anunciar no Instagram ou levar para uma feira literária. Mas o sonho do escritor é justamente não precisar fazer isso.

Eu comecei a escrever bem nova, sendo que a primeira produção autoral, foi publicada quando eu tinha uns 19 anos. Eu levei essa vontade de trabalhar com isso muito a sério. Desde o início, sempre fui muito dedicada, apesar de muitas pessoas tentarem me atrapalhar a vida toda. Se eu pudesse só escrever, seria maravilhoso, mas a vida de professora absorve quase todo o tempo. A vida de professor exige trabalho antes, durante e depois da aula. Se você se dedicar a isso com interesse e seriedade, não sobra tempo para mais nada, a não ser a vida pessoal. É como viver duas ou três vidas paralelas. A escrita também exige tempo, leitura, dedicação, exige ir e voltar, o que é quase uma coisa obsessiva.

Eu, por exemplo, escrevo muito nas férias. Enquanto as pessoas querem viajar, eu detesto! Eu quero ficar em casa nas férias para fazer meus investimentos, que geralmente são projetos parados esperando. Eu faço, entrego, e eles vão “rolando” ao longo do ano. Neste momento, devo ter uns quatro ou cinco livros parados em editoras diferentes, que escrevi em dezembro, janeiro e fevereiro. É quase uma entrega para Deus, pois cada editora tem seu tempo e seu processo, e as coisas atrasam. Algo que eu esperava sair em 2025 pode ficar só para 2026. Eu não tenho controle sobre esses processos. O importante é que, em algum momento, você tem que fazer a obra existir, escrever e “botar para fora”. O tempo de editar e mandar para os lugares é muito exigente para quem leva a sério.

No final, essas duas vidas, professora e escritora, não são muito compatíveis. É estranho, as pessoas acham que tem a ver, mas acabo tendo que fazer um esforço quase dobrado e um certo nível de renúncia em relação a algumas coisas, mas não estou nem um pouco arrependida disso.

Eu gosto de escrever tudo: artigo científico, poesia, entre outros. Eu dou sorte com a escrita acadêmica; adoro, sou doida para escrever um artigo, morro de alegria. Eu me divirto aprendendo sobre aquele gênero e tentando me superar em relação ao que fiz antes. Os mais gostosos de escrever são os livros juvenis, porque são muito divertidos. Já a poesia é coisa da minha vida inteira, gosto que o poema saia, não que ele volte para mim. Mas a poesia, ela tem outro tempo para mim, é uma coisa mais dolorida. Mas sem dúvida cada gênero tem um encanto diferente e a prosa de adulto já é um universo um pouco mais competitivo e esquisito. Mas, no geral, eu gosto de escrever e ponto.

Minha questão na vida, diferente desse papo meio empresarial de valores e missão, é a seguinte: sou neta de operário, filha de pessoas que não fizeram faculdade, e cresci em um bairro muito normal de Belo Horizonte. Não tive uma vida privilegiada. Tive que ralar o tempo todo para conseguir tudo, porque na minha família ninguém adiantou nada, eu não herdei nada. Minha profissão não tem nada a ver com a de ninguém; tive que cavar meu espaço. Meu objetivo, muito pretensioso, por sinal, sempre foi evitar ao máximo fazer coisas que eu não gosto de fazer e tentar fazer o que eu gosto. Claro que não consegui 100%, mas cheguei muito perto, tratando de assuntos de que gosto e com pessoas de quem gosto. Meu valor principal é: já que vou ter que gastar uma parte imensa do meu tempo trabalhando para os outros, que eu faça isso com o menor sofrimento possível. A ideia sempre foi

não me afastar do que eu gosto de fazer, que é escrever. Na vida eu fiz coisas que eu não gosto e não quero fazer, mas faço porque tenho a obrigação, mas no geral, não posso reclamar. Meu valor era o menor sofrimento possível, porque trabalhar é um negócio doido.

Sobre fomento, eu tenho algumas estratégias, sim. Já trabalhei com leis de incentivo à cultura, fazendo projetos grandes e recebendo dinheiro por lei municipal. Também já consegui patrocínios e editais (de edição e de outras naturezas que não são cultura). Tenho acesso a dinheiro da própria instituição, como com a extensão do CEFET. Às vezes, banco o projeto com dinheiro próprio, mas consigo em regra, recuperar o valor investido. Meu trabalho é muito independente de política pública. Não tenho uma fonte única, mas investimentos de empresas nunca consegui, mas sei que há quem consiga.

O desafio que considero individual é conseguir escrever. Para as mulheres, isso é um pouco pior: conseguir tempo para si, conseguir que ninguém te incomode ou te interrompa. Isso é um desafio permanente. Há também o que Virginia Woolf chama de “teto de vidro”, que são impedimentos sociais que você não enxerga bem de onde vêm, mas você não consegue passar de certo ponto e não sabe o por quê. Aí entra machismo, patriarcado, e outras questões. Muitas vezes é velado, não explícito, você só sabe que não passa dali. Eu tenho essa sensação o tempo todo. Em relação ao mercado, ele é difícil e tem vários segmentos. Pensando em romances, contos e livros para adultos, é muito competitivo. Existem muitos livros e autores sendo lançados ao mesmo tempo. É muito difícil conseguir alguma visibilidade. O trabalho de uma editora é justamente colaborar para torná-los visíveis. É gente demais, tudo demais, e ninguém vê ninguém; um acaba apagando o outro. No geral, é um mercado que vive sofrendo, vive em crise.

É rico, tem dinheiro fluindo, mas não é estável. Mexer com livro é algo que exige que você fique convencendo as pessoas de que aquilo é importante, pois elas sempre acham que livro é caro. Tudo isso é muito desafiador para quem está atuando.

No meu caso, tenho que pensar sempre como uma editora: ficar lendo o tempo todo, atenta ao que está acontecendo nesse mercado, tanto dentro do país, como fora. Se eu vejo uma autora fazendo sucesso na Espanha, vou atrás dela, convenço o CEO da editora de que ela é boa, compro os direitos e trabalho a vinda do livro para cá. Essa prospecção é uma atenção constante, ver o que está acontecendo, o que está fazendo sucesso, e o que não está. Não sei exatamente se tenho uma estratégia formal, mas eu viajo e vou às livrarias para ver o que está fazendo sucesso lá fora, os títulos e autores. Para mim, prospectar autores brasileiros é mais difícil, eu acho. Uma coisa é chegar numa livraria e ver uma autora boa que já está fazendo sucesso lá fora. Ali o trabalho de validação já foi feito. Com o brasileiro, você tem que ler o livro (e às vezes é o primeiro) e achar que é uma obra boa o suficiente para concorrer nesse mercado difícil. A cada livro bom, você lê uns 20 ou 30 ruins. É um tempo absurdo. É muito complicado. Se eu fosse uma editora independente, publicaria só o que me interessa, mas no pensamento comercial, o que me interessa tem que coincidir com o que o povo vai gostar e comprar também. É muito complicado, mas é interessante tentar fazer isso.

O conselho que daria para quem está começando é: a pessoa tem que saber que não é um “mar de rosas”. Não é um mercado estável, ele é turbulento. É um jogo grande de jogadores de tamanhos muito diferentes. Para ser editor, você tem que estar disposto a entrar e ir construindo seu espaço, seu nome. Hoje há muito mais lugares, muito mais empresas de portes muito diferentes, mas tem que saber que vai ter muito

trabalho. Aí você tem que se perguntar o que quer para sua vida. Quer ter um iate? Então não vá trabalhar com edição, a não ser que seja dono da editora. Depende do segmento. Baseado na vida que você quer ter, você vai trabalhar como? Vai ser dono? Vai ser empregado? Em que setor? Se for para revisão de texto, a chance de ter um emprego formal é pequena, mas a chance de ser microempresário é enorme e pode funcionar. Mas depende do que você enxerga como trabalho, emprego e renda.

Muita gente se torna empresário, mas como escritor, acho muito difícil. Vai trabalhar muito, e quase nenhum escritor consegue viver só com o lucro da venda de suas obras. A maioria tem outra fonte de renda: são professores, jornalistas, de tudo. As pessoas são “quinhentas mil outras coisas” e são escritoras porque ser escritor não é uma profissão que em regra paga suas contas. Eventualmente você ganha algum dinheiro, com sorte, vê um livro seu virar best-seller em algum momento, mas é muito difícil viver disso. A primeira resposta que você tem que dar é: “Eu gosto mesmo desse negócio? Eu estou disposta a encarar isso?”.

E das três possibilidades, a de professor é a mais mal falada, mas também é a que têm mais chances de emprego. É difícil ficar desempregado sendo professor. Aí você tem que ver em que condições quer trabalhar: em condições boas, médias ou ruins? Com estruturas ruins, com salários ruins ou bons? Você topa encarar a escola privada cheia de menino burguês? Ou a escola pública em que você mesmo leva o giz? Depende da projeção que você tem para você mesmo. Em qual dessas três carreiras está o seu teto? Quais são as possibilidades para não morrer frustrado?



IRIAM STARLING

Entrevista concedida à:
Davi Diamante
Ligian Quaresma

Meu nome é Iriam Starling e eu sou ilustradora desde 1985, tendo atuado como ilustradora científica por muitos anos. Em 2015, decidi registrar minha própria editora porque queria transformar um livro de cirurgia, que eu publiquei em coautoria com dois outros médicos, em um livro com ilustrações coloridas. A editora responsável recusou a proposta por causa dos custos e por isso resolvi lançar o livro em e-book, decisão que me levou a registrar minha editora, a *EIS Editora*. O e-book não emplacou porque foi pirateado.

Em 2017, após minha aposentadoria, redirecionei o foco para a literatura infantil e juvenil. O primeiro título que publiquei nessa linha foi O Medo e a Coragem, escrito por minha irmã Janaína, sobre abuso sexual infantil. Depois vieram outros livros, da minha outra irmã, Jussara, e também de uma amiga do meu ilustrador. Então, uma variedade de livros chegaram até mim. Nunca precisei buscar autores, eles sempre acabavam me encontrando.

Comecei a editora razoavelmente bem, com um pequeno capital inicial e poucos títulos. Quando aconteceu a pandemia, eu estava contratando minha segunda funcionária. Eu mantive minhas duas funcionárias durante um ano, mas meu dinheiro acabou e tive que dispensá-las. Desde então, trabalho sozinha.

Tive muitos problemas na área de diagramação e design gráfico desde que comecei com a editora. Nos primeiros livros contratei designers e diagramadores para realizarem esse

trabalho, mas, diante dos problemas que encontrei, resolvi eu mesma realizar essa tarefa.

Hoje eu tenho um acúmulo de tarefas que estão me deixando absurdamente estafada. Eu seleciono os livros, leio um por um, entro em contato com os autores e faço todo o processo gráfico, projeto, diagramação e, em alguns casos, as ilustrações. Quando não ilustro, preciso contratar e acompanhar o trabalho de ilustradores externos. Todo esse trabalho fica comigo.

Além disso, também me envolvo na promoção cultural de alguns autores ligados a editora, como minhas irmãs: uma delas é artista cênica e costumo divulgar suas peças teatrais nos eventos que participo, que são adaptações dos livros que ela escreveu e que eu produzi e publiquei. A outra irmã é palestrante em eventos. Nos eventos que eu vou, promovo essas palestras com ela. Antes da pandemia, eu fazia palestras gratuitas no meu escritório, mas precisei interromper por falta de equipe.

Sou médica, especializada em cirurgia geral e trauma, mas também me formei em Belas Artes, com bacharelados em pintura e gravura em metal. Também tenho uma pós-graduação em administração pública. Além disso, estudei fotografia por dois anos e cheguei a trabalhar com fotografia de eventos, mas minha principal área sempre foi ilustração científica.

Essa formação eclética me permite fazer o design gráfico e a diagramação dos meus livros, além de ilustrar alguns deles. Já publiquei quatro títulos de minha autoria e tenho outros em preparação, aguardando capital para serem lançados.

O curso de Belas Artes foi fundamental na minha trajetória, porque me proporcionou domínio na pintura, desenho e gravura em metal, fotografia e design gráfico. Mais tarde,

busquei me atualizar com os softwares de design gráficos atuais. Esse curso durou mais ou menos um ano e meio.

Eu também mantengo minha formação vendo quais cursos o *Sebrae* oferece e fazendo alguns deles, na área editorial ou na área de marketing. Estou sempre lendo e me atualizando, especialmente sobre literatura infantil e juvenil. É de extrema importância manter-se atualizado, porque é um livro bem mais complexo e desafiador, ao contrário do que muitas pessoas acham. Para atingir a criança, o livro precisa unir a fonte certa com uma ilustração que seja complementar ao texto. É um campo que exige sensibilidade e técnica, pois qualquer desequilíbrio pode comprometer o resultado.

Minha experiência como fotógrafa também é relevante. Trabalhei como fotógrafa no Centro de Conservação da UFMG, o *Cecor*, durante um ano. Depois, trabalhei mais alguns anos de forma independente. É interessante que o fato de trabalhar com fotografia treina o olhar para composição, o que é muito útil para o trabalho que faço hoje com design gráfico.

O bacharelado em pintura que fiz nas Belas Artes me deu muito embasamento em cores e minha formação médica também oferece uma vantagem extra na produção de livros técnicos. Essa formação eclética me ajuda muito a produzir os livros que tenho hoje na minha editora.

A editora se dedica principalmente à literatura infantil e juvenil, com ênfase em temas sociais, ambientais e socioemocionais. Mas também tenho livros para adultos, em menor quantidade. Procuro fazer obras bem divertidas, coloridas e chamativas para as crianças menores e gosto de adequar o estilo para o público jovem também. Os livros para adultos que tenho, contos, romances e poesias, também trazem essas questões sociais, socioemocionais e um pouco do aspecto histórico do Brasil.

Acredito que é preciso aproveitar as poucas oportunidades que temos com o leitor, porque o Brasil é um país em que se lê muito pouco. Então, quando uma pessoa adquire um livro nosso, quero que ela encontre emoção, prazer em ler e algum conteúdo informativo ou educativo, ou ainda algo que a faça questionar e pensar sobre situações sociais ou políticas.

As crianças amam nossos livros, amam! Participo muito de feiras de livros; recentemente estive no *Salão do Livro do Vale do Aço* e na *Bienal Mineira do Livro*, em Belo Horizonte. As crianças ficam enlouquecidas quando chegam ao nosso estande. O problema é que o vale delas é limitado, então não conseguem levar muitos títulos. É gratificante ver o entusiasmo das crianças diante dos nossos livros e das atividades que promovemos, como contação de histórias e pequenas peças teatrais.

Atualmente, há poucos pontos de venda físico, sendo a *Livraria Literíssima* um dos únicos parceiros. Vendemos nossos títulos principalmente por meio de livrarias virtuais, como a *Weblip Livros*, a *Estante Mineira*, a *Jefte Livros*, além da nossa própria *loja online*. Desisti de vender em livrarias físicas porque o retorno financeiro é incerto e eu não posso funcionários. Penso em trabalhar com distribuidoras, mas as altas taxas de desconto tornam isso muito difícil para uma editora pequena.

As pessoas costumam achar que as editoras ficam com a maior parte da venda, mas na verdade a margem é mínima. Cerca de metade vai para o distribuidor e o livreiro, e o restante cobre o pagamento do autor, ilustrador, produção, designer, transporte e impostos. No fim, se tudo correr bem, sobra em torno de 5 a 6% para a editora.

Os valores da minha editora se baseiam na máxima: “ler é puro prazer”. Ou seja, acima de qualquer coisa, é

fundamental que se sinta prazer na leitura. Acredito que o prazer da leitura é o primeiro passo para o desenvolvimento intelectual e emocional. Procuro publicar livros éticos e responsáveis, que abordam temas relevantes sem apologia a drogas ou comportamentos nocivos.

Cultivo valores que adquirimos na infância, como amizade e honestidade. Tenho livros que tratam desses temas, mas também abordo questões como amor, empatia, inveja e abuso infantil, sempre com o objetivo de provocar reflexão e promover valores humanos. Minha missão é levar livros de qualidade para crianças e jovens, contribuindo para uma base intelectual mais sólida em um momento em que se lê cada vez menos.

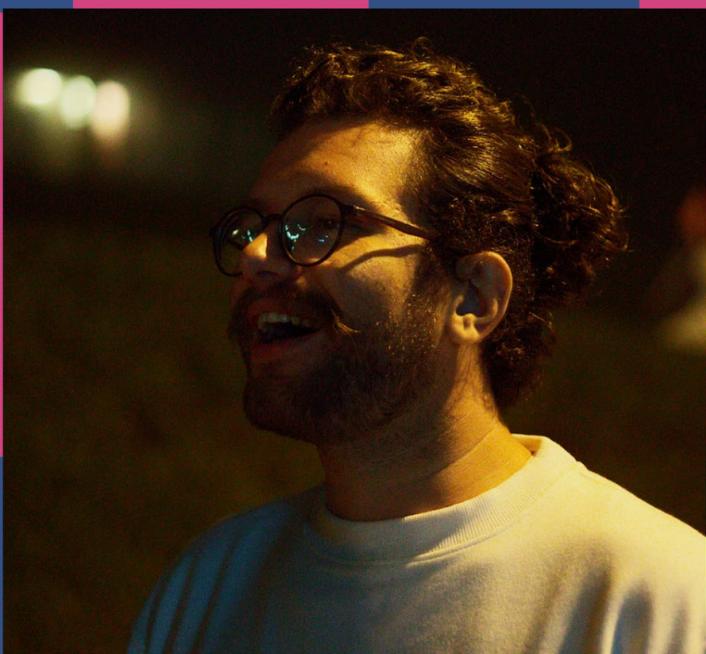
O maior desafio é fazer os livros chegarem às mãos dos leitores. Muitas pessoas não valorizam o livro como objeto cultural, gastando facilmente em lazer, mas não investindo em leitura. Mudar esse conceito de livro na sociedade é um desafio. Procuro participar ao máximo de feiras, ofereço descontos e inscrevo meus títulos em editais públicos. Também tento divulgar os livros na internet, mas fico limitada, pois não tenho funcionários nem capital para contratar empresas ou equipes de marketing. Por isso, meu foco tem sido feiras e editais. Graças a esses editais, tenho conseguido distribuir livros pelo Brasil inteiro, por meio do PNLD e pelo kit BH, de Belo Horizonte, que atende escolas.

Essa tem sido minha estratégia: participar de feiras e editais, com a expectativa de captar recursos suficientes para, no futuro, investir em marketing e colocar meus livros em distribuidoras, captando mais leitores. Fundamentalmente, procuro produzir livros de alta qualidade, com papel de primeira linha e ilustradores experientes e profissionais. Produzir um livro assim não é barato.

Aos mais jovens que desejam seguir na área de produção cultural, meu primeiro conselho é a formação. Um editor, um profissional que trabalhe na área cultural, seja teatro, música ou qualquer outra, precisa ter uma boa formação.

É fundamental ter base teórica, fazer cursos formais, mas também vivência cultural: ler muito, ir ao cinema, teatros, shows. É preciso adquirir cultura e conhecer a cultura do nosso país. Precisa acompanhar os jornais, saber o que está acontecendo e estar junto das pessoas, acompanhando o que está em alta no país. A formação intelectual e cultural de quem trabalha na área cultural é fundamental.

A segunda é fazer um planejamento adequado: identificar o que quer fazer, como quer fazer e planejar o negócio. Para isso, é necessário não só ter formação na área, mas também suporte financeiro. Existem instituições de ensino que ajudam nesse processo, mas o Sebrae é um grande apoiador dos pequenos empreendedores. Se a pessoa tem pouco capital, mas muita energia e boa formação cultural, pode procurar o Sebrae. Se tem capital, as coisas ficam mais fáceis. Partindo do princípio de que não se tem muito capital para empreender na área cultural, vale investir na formação.



ALEX ZANI

Entrevista concedida à:
Kerllen Kezia
Simone Gonçalves
Vinícius Leite

Meu nome é Alex, tenho 29 anos e será um pouco difícil separar as minhas atuações profissionais e acadêmicas das pessoais, porque elas foram se concatenando durante a minha trajetória no mercado editorial.

Eu fundei o portal [Fazia Poesia](#) em 2016; porém entre 2019-2020, ele não se configurava como portal. Durante esses anos, ele apresentou várias denominações: blog, site, coletivo. Nesta época, eu comecei a profissionalizar esse projeto, que parou de ser um hobby e começou a ser coisa séria. Essa mudança transformou o *Fazia Poesia* em uma fonte de renda, ao mesmo tempo em que preserva seus objetivos e propósitos centrais.

Além disso, no portal, existe a nossa equipe de poetas, que são grandes promotores deste projeto. As nossas ações passam por uma divulgação bem orgânica. Essa equipe é construída anualmente por meio de uma chamada, na qual recebemos as inscrições e selecionamos os candidatos que integrarão a equipe; uma vez na equipe, a pessoa continua nela. Hoje são mais de 400 poetas e alguns participantes desde 2016, quando começamos a iniciativa. Algumas pessoas entram e continuam ativas, enquanto outras participam por um período e depois se afastam.

Após a consolidação do *Fazia Poesia*, ingressei no [Nada: Studio Criativo](#), a convite do Baga Defente, fundador e meu sócio na editora desde 2012 que se baseia em três pilares de

atuação. O primeiro pilar é a produção editorial e os outros dois se referem à criação multimídia e à produção cultural. Às vezes, as pessoas estranham classificar o *Nada: Studio Criativo* como editora, porque não atuamos apenas com serviços editoriais; na verdade, é um estúdio criativo que oferece diversos serviços. Porém, nos últimos três anos, a publicação de livros se mostrou dominante: 80% das atividades estão relacionadas à produção editorial. Algumas das nossas publicações são oriundas de projetos culturais e costumam envolver questões audiovisuais; por exemplo, o lançamento de booktrailer no YouTube e criação de outros conteúdos em vídeo. Em alguns casos, conseguimos relacionar os nossos pilares. Com isso, conseguimos diversificar bastante os nossos projetos.

Nesse contexto, em relação à prospecção dos clientes, o processo ocorre organicamente, pois várias pessoas conhecem as nossas produções e demonstram interesse em publicar conosco. Nós atuamos com diversos modelos de publicação. Mas a nossa principal estratégia de fomento é realizar bons projetos, para que as pessoas a reconheçam, admirem e se interessem em querer publicar na editora. Ou seja, ao conhecerem os nossos autores e os livros, conseguimos atrair novos públicos.

Essa variada atuação e produção se relaciona à minha trajetória formativa, que é bem multidisciplinar: abordagem que valorizo no mercado editorial. Hoje, surgem cada vez mais profissionais com essa característica, e essa tendência se confirma, porque, nas etapas de produção do livro, perdem-se vários profissionais específicos. Ou seja, as pessoas com formação em edição devem possuir conhecimentos básicos em áreas como direitos autorais, gestão financeira e gestão de pessoas, para lidar com os diferentes profissionais envolvidos na produção do livro. Essa questão se relaciona à minha formação inicial em Administração, porque, no meio da

faculdade, direcionei meus interesses ao mercado editorial, realizei o meu TCC nessa área e descobri novas possibilidades de atuação acadêmica.

Como exemplo, cito o CEFET-MG, que conheci por intermédio da Ana Elisa Ribeiro, que é minha orientadora no mestrado, em que pesquisei sobre a construção do campo editorial a partir de perspectivas sociológicas, pois o campo não é definido por um recorte temporal. Ou seja, ainda está em construção, esse é o meu objetivo com a pesquisa. Para o doutorado, continuarei a pesquisar sobre a cadeia produtiva do livro no Brasil. Essa multidisciplinaridade está principalmente em cursos paralelos, porque a formação em edição é bem variável; como existem poucos cursos superiores que se dedicam a essa área, ocorrem várias formações externas, como os cursos livres e as oficinas oferecidas por institutos e outras empresas. No decorrer da minha carreira fiz vários deles, principalmente sobre revisão, diagramação e formação como editor. Esses cursos permitiram construir um perfil de edição multidisciplinar. Portanto, essa perspectiva formativa contribuiu bastante para a minha atuação no mercado editorial.

Porém, não significa que você precisa ter várias formações, mas considero essencial saber, ao menos, como funcionam os processos. Se você está envolvido na publicação de um livro, deve saber lidar com pessoas, conhecer o vocabulário da área e ter noções básicas sobre autores, contratos, gráficas e distribuição física e digital. Além de compreender como funcionam as relações entre editoras e livrarias, as tecnologias do mercado editorial, e a considerar o impacto da inteligência artificial para além do achismo. Principalmente hoje há várias pesquisas sobre inteligência artificial no mercado editorial, que revelam problemas assustadores. A IA, pelo que têm indicado as pesquisas, não substituirá autores, revisores ou

artistas. Mas, caso aconteça, será um serviço ruim. As pessoas não gostarão do que a *IA* apresentará.

Por isso, reforço a questão do conhecimento sobre tecnologia, porque os mercados têm influenciado o consumo do livro. Ou seja, saber o mínimo dos processos editoriais possibilita navegar pela cadeia produtiva do livro. Por exemplo, no *Nada*, por oferecer serviços editoriais, o fluxo da editora se concentra no começo da cadeia, que envolve os processos editoriais que visam a produção do livro. Enquanto, no *Portal*, a cadeia está mais nas últimas etapas da cadeia produtiva, que consiste em um ambiente digital, de divulgação e compartilhamento de literatura. Ou seja, caracteriza-se como um agente digital e oferece espaço para divulgação de livros, eventos, cursos, atividades formativas, não apenas no âmbito literário. Essas são as nossas duas atuações, resumidamente. Queria ter esses conhecimentos no começo da minha carreira no mercado editorial, porque atuei principalmente com edição. Ainda assim, foi uma experiência enriquecedora, porque permitiu visualizar como os serviços editoriais são diversos além da atuação com o próprio texto.

Essa multidisciplinaridade dialoga com a postura da equipe editorial, composta por três pessoas: eu, o meu sócio e a Ana, a nossa revisora. Os projetos se concentram principalmente entre nós três. Eventualmente, a depender das necessidades do projeto, recorro a freelancers, principalmente para criação do projeto gráfico. Há acúmulo de funções na prática, mas é algo aceitável se considerarmos a quantidade da nossa produção. Nos últimos anos, produzimos em média de 8 a 10 livros por ano, uma quantidade baixa. Existem outras editoras, com três ou quatro pessoas, que publicam mais. Porém, a nossa equipe realiza outras atividades em paralelo; a editora é

a nossa atuação principal, mas desenvolvemos também outros projetos particulares.

Organizamos os projetos conforme as etapas editoriais. Nesses casos, costumo ser responsável pela gestão inicial dos projetos, que consiste na elaboração e revisão de contrato. Mas também revezamos, por exemplo, a responsabilidade pela condução do processo de edição. No começo dos projetos, existe uma sintonia para a equipe definir as funções. Após essa definição, desenvolvo as questões que envolvem a produção editorial. Na editora, compreendemos essa etapa como a gestão de arquivos para a gráfica e a conferência e validação das primeiras versões do livro digital ou impresso. Portanto, existe esse acompanhamento de qualidade junto à gráfica. Em resumo, dividimos dentro das etapas editoriais um fluxo que seguimos como padrão para a maioria dos projetos. Eu, particularmente, prefiro a gestão dos projetos editoriais ao invés da atuação direta com a edição do texto. Apesar de gostar dessa tarefa, ultimamente, não é a minha principal atuação na editora. Em alguns casos, quando gosto bastante do projeto, trabalho mais imerso com o texto e mais próximo ao autor, mas, geralmente, atuo na gestão dos processos e acompanhamento das etapas editoriais.

Além disso, a editora apresenta um site pelo qual somos os únicos responsáveis. Ou seja, a nossa equipe empacota, realiza o envio do produto e acompanha os pedidos. Nós optamos por essa estratégia justamente por ser vantajoso. Essa opção não impossibilita a atuação em outras plataformas e ainda mantém a porcentagem das vendas, que aumenta a depender das aquisições. Ao comprar o livro conosco, por exemplo, conseguimos enviar um cartão da editora, um marca-página ao nosso leitor e apresentar o nosso catálogo. Essa interação possibilita a implementação de ações promocionais, como cupons

e estratégias de fidelização. Com essa estratégia, os clientes retornam e compram outros títulos nossos.

A nossa editora transita entre o livro impresso e o digital. Contudo, a atuação com livro digital é recente e mínima em relação à produção impressa, pois recentemente ele entrou no nosso catálogo. Como a equipe se dedica aos livros impressos com baixa tiragem, conseguimos cumprir as nossas atividades sem dificuldade. Primeiramente, começamos a investir no livro digital pela questão da acessibilidade financeira, porque ele costuma ser até 70% mais barato em comparação ao livro impresso, além de proporcionar recursos de acessibilidade para a leitura, como poder aumentar o tamanho da fonte ou mudar a cor de fundo da tela.

No livro digital em nível de distribuição, não precisamos lidar com o estoque e ainda conseguimos uma distribuição geográfica maior. Hoje, por exemplo, a editora possui contrato com a *Bookwire*, uma distribuidora de livros digitais conhecida no mercado, que disponibiliza livros digitais nas maiores livrarias digitais do Brasil e em bibliotecas públicas. Além disso, realizamos a distribuição internacional no nosso catálogo, por exemplo, há uma história em quadrinhos (HQ) produzida pela editora, que é distribuída internacionalmente na versão digital. Outra próxima perspectiva é começar uma atuação mais assertiva com audiolivros. Possivelmente, a partir de 2026, iniciaremos essa produção conforme as nossas possibilidades editoriais.

Por outro lado, em relação às tiragens, nos dias atuais, é comum imprimir, inicialmente, 200 exemplares e, a partir das vendas, avaliar a necessidade de uma reimpressão. Em outras épocas, era comum 100 exemplares. Mas essa quantidade exigia várias reimpressões. Há exceções, por exemplo, em um dos livros produzidos pela editora, foram impressos 3

mil exemplares: a nossa maior tiragem até agora. Porém, é um livro com particularidades: a obra recebeu financiamento da fundação da *Unesp*. A amplitude desse projeto exigiu um alcance proporcional à sua importância.

Seja na versão impressa ou digital, a editora pode optar também pela pré-venda, que varia, a depender da estratégia adotada para o livro. Por exemplo, a obra *Depois de Nós Dois*, de Nilson Nobre, aprovada no âmbito da Política Nacional de Aldir Blanc de Fomento à Cultura (PNAB), vinculada à Secretaria de Cultura de Maceió, em Alagoas, que visou uma ação promocional: ao comprar na pré-venda, o leitor receberia o livro autografado e um cartaz exclusivo. Essa ação funciona como uma promoção de lançamento e intensifica as vendas. Geralmente realizamos as pré-vendas no intervalo de um mês, para introduzir a obra aos leitores e promover essas ações iniciais de venda, para que seja uma ação complementar às do lançamento. Eu comprehendo que existem várias estratégias de pré-venda. Mas, na maioria dos livros oriundos de políticas culturais, a pré-venda atua mais como uma ação promocional e publicitária do livro. Na editora, às vezes, realizamos a pré-venda para visualizar quais seriam o valor de impressão do livro. Ao realizar essa estratégia mais próxima à impressão, conseguimos prever os custos e definir o número de exemplares, por exemplo. Com isso, comprehendemos como será o fluxo de venda da obra após a pré-venda.

Contudo, existe atualmente um desafio de distribuição, por ser uma editora pequena. A nossa equipe se dedica à produção do livro, mas, ao iniciar a etapa de distribuição, o domínio das grandes empresas, às vezes, dificulta a inserção de editoras menores. Para nós, o maior desafio é distribuir e garantir que as nossas produções alcancem os lugares onde estão os nossos leitores. Por exemplo, quando dizem que o

Brasil tem poucos leitores, penso que sempre existem algumas ressalvas. Acho que é uma questão controversa, porque se publicam muitos livros no país. Mas quem são esses leitores? Então, precisamos entender como funciona a dinâmica do mercado editorial e analisar essas pesquisas sobre os livros mais vendidos. Ainda assim, compreendemos que essa seja apenas uma parcela, que não representa o mercado inteiro. Mas esses desafios existem há anos no mercado editorial.

Esses desafios se refletem na elaboração do catálogo da editora que adota uma visão, na qual cada livro é um projeto único. Portanto, não apresentam uma identidade unificada. Claro que, em alguns casos, há padronização a nível de projeto gráfico. Mas, nas etapas iniciais de idealização do livro, sempre começamos do zero. Nele, compreendemos as possibilidades e, principalmente, as referências do autor para o livro, que guiarão o projeto gráfico. Mas evitamos, por exemplo, usar a mesma tipografia e as cores na capa. Acreditamos que seja nessa perspectiva.

Por exemplo, cada projeto apresenta alguma especificidade. Ao considerar a abrangência e a quantidade de trabalho, é o 60 anos em 60 depoimentos, um projeto institucional da Faculdade de Medicina de Botucatu, da *Unesp*, que completou 60 anos de existência em 2023. Foram coletados, com apoio das organizadoras, 60 depoimentos de 60 pessoas relevantes durante esses anos de existência da instituição.

A obra reúne artigos e entrevistas com professores e diretores aposentados, que foram coletadas in loco para transcrição. O projeto gráfico é bastante singular e envolve o centro de memória desta instituição. Não que seja um processo dificultoso, mas essas questões “complicaram” a elaboração deste livro. Em razão disso, a produção dessa obra durou dois anos, enquanto outras produções duraram apenas três meses.

Não é o ideal, mas na ocasião, o autor precisou viajar e sair do país. Então, agilizamos o processo para publicar o livro antes dessa viagem. Porém, são várias as questões que dificultam a produção editorial.

Além disso, deve-se mencionar que há livros infantis no catálogo. Salvo engano, são aproximadamente três livros infantis, mas não é o nosso carro-chefe. Nós atuamos com livro infantil, mas essa categoria apresenta algumas dificuldades técnicas para sua produção, que exige bastante dedicação. Às vezes, um projeto de livro infantil requer uma equipe própria para o desenvolvimento do projeto. Ainda assim, gostamos de trabalhar nesse segmento. Talvez seja mais por questão de afinidade mesmo. Por exemplo, gosto muito de explorar as possibilidades em um livro de poemas. Então a editora segue mais por essa linha.

Nesse processo de concepção do catálogo, a equipe busca conciliar arte e mercado. Entretanto, já nos frustramos por um livro ser criativamente limitado por questões financeiras; outras vezes nos seguramos por um outro livro ter muitas possibilidades financeiras. Compreender esse equilíbrio é importante para evitar frustrações e não criar expectativas diferentes das que o projeto pode alcançar. Esse equilíbrio possibilita ter uma visão nítida entre arte e mercado, principalmente ao lidar com autores que não entendem essa questão. Houve casos em que o autor achou que ficaria muito rico ao publicar conosco. Mas a maioria dos autores não fica rica, mesmo publicando com as dez maiores editoras do Brasil.

Portanto, os nossos projetos dialogam com uma literatura mais experimental, que alia um apelo visual consistente a uma estrutura de gráfica bem definida. Acho que o nosso catálogo agradaria um leitor multigênero, que não se limita a um único gênero e compreenda a importância da leitura

diversificada. Como exemplo, um leitor que aprecia poesia, romance experimental, história em quadrinhos e, às vezes, ensaios mais reflexivos sobre algum assunto. Nesta perspectiva, planejamos e construímos o nosso catálogo. Na equipe, predomina um apreço por poemas e pela poesia, que representa considerável parcela do nosso catálogo.

Para realizar nossos projetos, prezamos pela transparência e proximidade com os autores, algo que se reflete em todas as etapas do processo na editora. Muitas vezes, compartilhamos a planilha financeira com os autores, principalmente aqueles que publicam a partir de aprovação em fomento governamental. Em alguns casos, nós realizamos a planilha financeira em conjunto. Com essa prática, o autor sabe o valor pago para cada profissional e os custos com a impressão do livro. Esse equilíbrio é algo extremamente necessário, para que não aconteçam frustrações ou, na pior das hipóteses, prejuízos que possam resultar na falência da editora. Há inúmeros casos de editoras que não entendem esse equilíbrio e, como resultado, apresentam desempenhos insatisfatórios.

No portal *Fazia Poesia*, por outro lado, prioriza-se a divulgação e a publicação de poemas na internet, iniciativa que permanece consistente há nove anos. Durante esses anos, houve mais de 700 poetas e mais de 6 mil poemas publicados na plataforma. Há uma média mensal alta de acessos: no mínimo 20 mil. Essa quantidade também é significativa nas redes sociais. Apesar do número de seguidores ser relativamente baixo para a área. A nossa plataforma é nichada e apresenta um alcance grande por esse motivo. E no *Nada*, o nosso propósito é publicar bons livros que possam proporcionar uma boa leitura.

Essa definição não está documentada. Mas a nossa missão é ser um espaço comunitário, colaborativo e formativo para interação entre poetas. Muitos se reconhecem como poetas

depois de integrarem a nossa plataforma. Isso é muito curioso. As pessoas começam a adotar o título de poeta com mais confiança, depois que participam desse projeto. Da mesma forma que acontece a validação de autorias com a publicação do primeiro livro, ocorre essa validação de ser poeta a partir da integração com o portal.

Em 2026, o *Fazia Poesia* celebrará 10 anos e, para comemorar, lançará produtos editoriais próprios, como uma coleção de cartazes comemorativos e alguns outros produtos a serem desenvolvidos. Para a editora, o objetivo estará em produções semi artesanais de livros, que envolvem tipos de impressão diferentes para produzir livros únicos, com materialidades variadas, que refletem os propósitos artísticos da editora. Essas são algumas novidades previstas para os próximos capítulos da editora. A ideia é uma expansão maior da atuação do *Fazia Poesia* fora do ambiente digital. Para isso, a nossa equipe planeja organizar eventos presenciais, como feiras e outras ações culturais e publicitários. Além disso, almejo vincular o portal e a editora com a produção de antologias. Desde 2024, recorro a editais e projetos de fomento cultural para viabilizar financeiramente uma produção coletiva que envolvam os nossos membros. A ideia é reforçar essa estratégia para realizar esses objetivos.

Nos próximos anos, para a editora, planejamos aumentar a quantidade dos projetos editoriais cada vez mais, com projetos culturais de fomento público. Desde 2021, a equipe participa de editais. Essa prática aprimorou minha experiência na elaboração de projetos culturais nessa área. E, principalmente, possibilitou entender o que fazer e o que não fazer. A partir dessas experiências, aos poucos, compreendemos como funcionam os financiamentos de livros na atualidade. Além disso, almejamos aderir a novas plataformas. A ideia

é disponibilizar as obras na *Amazon*. Inicialmente, não seria o catálogo completo, apenas alguns títulos pré-selecionados. Principalmente, obras com tiragens maiores, porque possibilitam um direcionamento e um alcance maior na distribuição dos livros. Além disso, planejamos expandir as nossas parcerias com outras livrarias, ampliar o catálogo e os nossos projetos.



KEITE MIRANDA

Entrevista concedida à:
Luiz Fernando Silva
Ana Carolina Lemos

Meu nome é Keite Miranda, e sou cantora profissional há cerca de dois anos, embora o canto faça parte da minha vida desde sempre. Atuo principalmente com samba, pagode e brasiliidades, levando alegria e conexão por meio da música; me apresento em eventos corporativos, aniversários, casamentos e casas de show, sempre adaptando o repertório ao público e ao clima de cada ocasião. Quem quiser conhecer melhor o meu trabalho pode me acompanhar pelo [Instagram](#), que é o meu principal canal de divulgação. Lá, compartilho vídeos, bastidores, trechos de apresentações e um pouco dos caminhos que venho trilhando na música.

A minha relação com a música começou cedo, dentro de casa. Venho de uma família muito musical, que adorava se reunir para tocar e cantar. Essas rodas eram o ponto alto da minha infância; foi ali que percebi o quanto a música me encantava e me conectava com as pessoas. Meu pai foi uma influência enorme. Ele tocava violão, tinha uma coleção de discos e me apresentou vozes que se tornaram referências para mim: Mariah Carey, Whitney Houston, Tina Turner e Janis Joplin. Eu ouvia esses discos repetidas vezes, tentando imitá-las, e foi assim que comecei a desenvolver meu ouvido e minha voz. Um dia, alguém me ouviu cantar e disse: “Meu Deus, essa menina tem talento!”; essa frase ficou marcada em mim. Mesmo tratando a música como hobby por muitos anos, decidi me profissionalizar e buscar formação técnica.

Atualmente curso Musicalização no *Cefart*, mas sou também formada em Canto e Consciência Corporal pela Escola de Canto do Rubens Aredeis e estudo Percussão Circular em uma escola de Belo Horizonte. Esses aprendizados me ajudaram a unir técnica, sensibilidade e presença de palco, três pilares essenciais da artista que me tornei. Costumo dizer que o meu “produto” principal é a entrega emocional. A minha arte é, antes de tudo, uma forma de me doar por inteiro, de transformar cada show em um momento único, cheio de energia e conexão. Seja num casamento, num aniversário ou num evento corporativo, busco sempre proporcionar uma experiência marcante, que desperte alegria, celebração e pertencimento. O que vendo não é apenas música; é emoção compartilhada. É o prazer de viver o presente através da canção.

Atualmente o público pode me assistir ao vivo em bares e eventos de Belo Horizonte e região metropolitana, ou acompanhar meu trabalho nas redes sociais. No Instagram, além das performances, compartilho também o meu processo criativo, os bastidores das minhas apresentações e as novidades da carreira.

A artista Keite Miranda nasceu profissionalmente no pós-pandemia. Aquele período tão difícil, de perdas e incertezas, me fez repensar tudo. Lembro de pensar: “Se algo acontecesse comigo, eu teria vivido o que realmente amo: cantar?” Essa pergunta foi um divisor de águas. A partir dali, decidi investir de verdade na música, entender o meu nicho e transformar, o que antes era um hobby, em profissão e propósito de vida. Faz cerca de dois anos que venho consolidando essa escolha, aprendendo, construindo e me fortalecendo dia após dia.

A principal mensagem que desejo transmitir com minha arte é a do renascimento e da reinvenção. Minha trajetória é feita de mudanças: já trabalhei em outras áreas, fiz faculdade,

trilhei outros caminhos, até compreender que a música era, de fato, o meu destino. Quero que a minha arte inspire outras pessoas a acreditarem em si mesmas e a se permitirem recomeçar. Acredito que a música tem o poder de tocar corações, curar feridas e conectar pessoas. Minha missão é fazer com que a arte reverbere, inspire e mostre que viver de música é possível, desde que haja verdade e entrega.

Hoje consigo manter e financiar meu trabalho com a ajuda de um segundo emprego, que também está ligado à música: trabalho em uma escola de canto, onde sou responsável pela produção cultural e pelos eventos. Esse salário fixo me dá estabilidade para investir em equipamentos, em instrumentos e a aprimorar as apresentações. Além disso, os cachês dos shows representam uma parte essencial da minha renda. Com esses recursos, consigo pagar as contas, reinvestir na carreira e manter meus projetos crescendo. É um equilíbrio constante entre a paixão e a gestão, entre o sonho e a realidade.

No cenário atual, sei que a presença digital é fundamental. Por isso, busco manter contato próximo com o público nas redes, especialmente no Instagram, com vídeos, reels e conteúdos interativos. Durante os shows, valorizo a interação direta: converso, canto junto, crio momentos espontâneos. Como me apresento com frequência em bares, o público se renova a cada noite, e isso me permite ampliar o alcance e conquistar novos ouvintes. Também invisto em parcerias, divulgo meu trabalho por meio de amigos e hashtags, e acredito que o que mais encanta quem me acompanha é a energia real do palco, a verdade da performance ao vivo.

O maior desafio, hoje, é lidar com a parte burocrática e comercial da carreira: negociar cachês, definir valores justos, lidar com contratantes que nem sempre compreendem o custo real do trabalho artístico. De forma mais ampla, o setor

musical independente ainda sofre com a falta de valorização e reconhecimento. Aqui em Minas, percebo que o público ama música ao vivo, mas nem sempre a enxerga como essencial. Muitos tratam a música como um “extra”, quando, na verdade, ela é parte fundamental da experiência humana e social; por isso, acredito que um dos grandes desafios é educar o público e o mercado para compreender o valor da arte e o esforço que existe por trás de cada apresentação.

Se eu pudesse dar um conselho aos jovens músicos e artistas que estão começando, seria este: encarem a música como uma profissão real. Talento é importante, mas não basta. É preciso estudo, disciplina e constância. Invistam em formação técnica, aprendam sobre produção, gestão de carreira e marketing digital. Hoje o mundo é conectado, e quem domina as redes sociais tem uma vantagem enorme. Mas, acima de tudo, não desistam. A carreira artística tem fases difíceis, de desvalorização, cansaço e incerteza, mas também tem momentos mágicos, de reconhecimento, de troca, de arrepio. Se a arte é o seu sonho, mergulhe de corpo e alma, porque ela tem o poder de transformar vidas; a começar pela sua.



ANTÔNIO URSINE

Entrevista concedida à:
Ingrid Vasconcelos
Luiza Diniz

Meu nome é Antônio Ursine Magalhães de Andrade, tenho 31 anos e sou de Belo Horizonte, onde sempre morei. Sou formado em Gestão Pública pela UFMG, mas, por volta de 2018, no final da graduação, percebi que não queria atuar profissionalmente nessa área. Comecei a pensar em fazer outro curso que me permitisse trabalhar mais com literatura e livros. Em 2019 me formei e, com o início da pandemia no ano seguinte, me dediquei a amadurecer essa transição, buscando formas de ganhar experiência na área de edição, mesmo sem ter ainda uma formação específica.

Durante a pandemia, comecei a procurar maneiras de me inserir no mercado e ganhar experiência. Eu já fazia redação freelance para blogs, mas ainda era algo distante do que eu realmente queria. Foi assim que decidi atuar diretamente com edição, usando os recursos disponíveis.

O motor do projeto foi um grupo de amigos. Começamos a trocar indicações de literatura, textos e produções próprias. Essa efervescência me motivou a “colocar uma lenha na fogueira” e tentar algo mais experimental, unindo nossos interesses. Nesse período, entre 2020 e 2021, fiz um curso online de InDesign na escola *Suite Criativa*, que tinha cerca de 30 horas e me deu uma boa base para aprender diagramação. Fui juntando esse aprendizado às trocas com meus amigos, e disso acabou nascendo a [Livr : Impressões](#).

A *Livr : Impressões* é uma microeditora fundada entre 2020 e 2021. Éramos vários amigos, mas o núcleo que deu

o “pontapé inicial” – responsável pelas duas primeiras publicações, lançadas no final de 2021 – era formado por mim, Laura Belisário, André Elias Oliveira e Serena Rocha. Nossa primeira publicação foi de Serena Rocha, e também fizemos um zine “dois em um”, com um conto meu e outro do Elias, cada um diagramado de um lado.

Tudo começou de maneira despretensiosa, com o objetivo de ganhar experiência na área de edição. Em 2022, com a melhora da pandemia e mais decidido sobre essa mudança, prestei o ENEM para ingressar em Letras no CEFET-MG, escolhido pela habilitação em edição e pelo desejo de viver uma nova experiência acadêmica.

Nunca tivemos a intenção de transformar o projeto em um negócio voltado para o lucro. Chegamos a cogitar colocar nossos produtos em livrarias, mas muitas exigiam ISBN, algo que nem sempre fazemos, já que o foco é mais experimental do que comercial. Por isso, a única forma de adquirir nossas publicações é pelo perfil no Instagram ou nas feiras das quais participamos. Normalmente, quando lançamos uma publicação de um autor que não seja da *Livr_- Impressões*, realizamos um evento de lançamento, momento em que as vendas acontecem de fato. Depois, o alcance do livro depende muito da iniciativa dos próprios autores. Levamos as publicações para as feiras, mas não temos a preocupação de prospectar clientes ativamente.

O projeto sempre foi muito pessoal, com grande parte da condução sob minha responsabilidade. Isso envolve muito trabalho e pouco retorno financeiro, mas as trocas foram o maior ganho. A experiência com a *Livr_- Impressões* também se tornou um diferencial quando ingressei no CEFET-MG, ajudando-me a conseguir oportunidades como bolsa, iniciação científica e projetos com outros professores.

Eu não penso muito no papel institucional da editora. Para nós, é mais uma forma de nos inserir, ganhar experiência, ter trocas significativas e nos divertir do que uma pretensão de realizar algo grandioso. Isso pode mudar futuramente, quando tivermos mais bagagem e pudermos refletir com mais profundidade sobre esse papel.

Nossa missão e valores refletem essa realidade de recursos limitados. Como não temos verba para investir em publicações sofisticadas, buscamos desenvolver projetos de baixo custo e impressão simples. O valor está em explorar formatos alternativos e experimentais. Além dos livretos, produzimos zines, o *Ensaio Infinito* em formato de fita de Möbius e a série *Olha, Percebe*, que inclui monóculos e caça-palavras – um trabalho de que gosto muito.

A missão é realizar projetos com pessoas bacanas, de maneira despretensiosa. Nossa estratégia de fomento baseia-se na divulgação entre amigos, na participação em feiras e nas trocas orgânicas. Futuramente, a possibilidade de investir mais e tornar o projeto rentável está aberta, mas não é o foco agora.

Os principais desafios são financeiros, já que produzir um livro é caro e envolve muitos profissionais. Tornar uma editora rentável é difícil, considerando os custos e a pouca valorização do produto. Para mim, o maior desafio é a falta de leitores, de incentivo e de políticas públicas que apoiem essas iniciativas.

A curadoria é feita de maneira natural, sem cronograma fixo. Depende da procura de autores e do ritmo das publicações próprias. Temos total abertura para formatos alternativos, o que atrai autores que não querem passar pelo processo editorial convencional. Já produzimos publicações como *Olha, Percebe* e *Ensaio Infinito*. No entanto, por trabalharmos com

pequenas tiragens, não considero que essas foram grandes apostas financeiras.

Normalmente, as vendas acontecem nos eventos de lançamento, e o alcance do livro depende da iniciativa dos próprios autores. Levamos as publicações para as feiras, que são nosso principal meio de prospecção de leitores e autores. Já aconteceu de convidarmos alguém para publicar, como Iaci Carneiro, cujo trabalho eu já acompanhava no [Instagram](#). Propus fazermos uma série de zines – um dos nossos trabalhos mais vendidos, nosso “camisa 9”. No que diz respeito ao custeio, todas as publicações são financiadas com recursos pessoais, seja dos fundadores, seja dos autores, o que exige flexibilidade na gestão das finanças e dos direitos autorais.

O setor editorial enfrenta desafios que vão desde a complexidade do processo de produção até a falta de valorização do livro. O custo de impressão é o que mais pesa, a maior parte do dinheiro fica com as gráficas, restando pouco para editoras e autores. Soma-se a isso, a ausência de políticas públicas de incentivo à leitura e ao mercado editorial.

Por não ser exatamente um empreendimento, a *Livr_*: *Impressões* não trabalha com estratégias amplas de divulgação. Quando lançamos novas publicações, fazemos posts no Instagram com fotos e vídeos mostrando o processo de montagem ou encadernação. Quando participamos de feiras, também divulgamos, já que esses eventos são fundamentais para editoras pequenas.

O mercado editorial é bastante saturado. Há poucos recursos e muitos profissionais, o que torna difícil a inserção neste mercado. Para conseguir espaço, é fundamental gostar da área e se envolver com edição. Quem demonstra interesse, estuda e aprimora suas habilidades. Acaba conquistando a confiança de clientes e editoras, o que gera novas oportunidades.

Para quem deseja entrar nesse mercado, eu daria um conselho simples: dedique-se. Faça as coisas por gosto e prazer, mas com dedicação. Há muitos profissionais atuando com revisão, edição, design e preparação de textos, mas nem todos se atualizam. Quem estuda, se empenha e mostra serviço se destaca, porque o essencial, especialmente para freelancers, é transmitir confiança. É importante também entender que o erro é algo natural – ninguém é perfeito, e o trabalho editorial é coletivo.

Portanto, o conselho é se dedicar, estudar, realizar seus projetos e não se prender a grandes expectativas de destaque ou vaidades. Isso é o mais importante.



GUILHERME BANDEIRA

Entrevista concedida à:
Évelin Guimarães
Malu Mayer

Meu nome é Guilherme Louzada Bandeira, mas sou mais conhecido como Guilherme Bandeira. Sou formado em Publicidade porque, na época em que estudava, achei que seria o caminho mais próximo da área em que atuo. Começar como desenhista, sem experiência, não seria viável, pois eu precisava pagar as contas.

Minha trajetória profissional começou aos 16 anos, embora eu desenhe desde sempre. Iniciei fazendo desenhos para o jornal *O Globo*. Como meu pai também é artista, cresci convivendo com profissionais da área, e um deles trabalhava no jornal. Foi assim que surgiu a oportunidade de fazer um desenho pequeno, começando de forma discreta. Com o tempo, fui ganhando experiência e realizando trabalhos em outros jornais, como o *Folha de S. Paulo*. Atuei como publicitário e também como ilustrador em revistas e jornais. A partir daí, conquistei trabalhos maiores em grandes revistas, como *Superinteressante*, *IstoÉ* e *Veja*.

Antes desses trabalhos, estudei na Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro, onde meu mestre, Oziel Belizio, era professor – anos depois, ele ocupou uma cadeira na Academia Brasileira de Belas Artes. Cheguei a dar aulas com ele por um período. Desde criança convivo com artistas, então minha trajetória é marcada por isso. Não que essa convivência tenha facilitado diretamente, mas ampliou minhas referências e as possibilidades de crescimento. O talento era necessário, claro,

mas estar nesse meio me abriu portas importantes. Foi assim que trabalhei naqueles jornais e revistas.

Com o tempo, acabei me tornando a minha própria “marca”. O nome oficial seria o meu próprio nome, mas, com os novos tempos, me transformei no meu próprio negócio: *Guilherme Bandeira*. Além disso, criei submarcas como *Razão vs. Emoção*, *Universo Paralelo*, entre outros trabalhos que desenvolvo. Mas, no fim das contas, eu mesmo sou a marca central.

No meu negócio, não existe ponto de venda físico. O principal canal é a loja virtual, disponível no link do meu [Instagram](#). De certa forma, até existe ponto físico, já que os livros acabam sendo vendidos em livrarias; porém, sempre trabalhei de forma independente, então costumo vender diretamente aos meus leitores. Claro que há trabalhos que não são independentes, como ilustrações para livros didáticos e outras editoras – nesses casos, os livros chegam às livrarias. Mas os projetos com meus personagens são vendidos majoritariamente na loja online.

Acredito que minha atividade online começou junto com a própria expansão da internet. Sempre postei meus trabalhos, mas nunca com o intuito de ter milhões de seguidores. Publicava como quem mantém um portfólio, um registro. Com o tempo, as pessoas passaram a se identificar com o que eu fazia. Meu objetivo sempre foi esse: arte é expressão. A internet virou uma vitrine que facilitou muito a vida dos artistas. Antigamente, apenas quem era contratado por jornais e revistas, como o próprio *Folha de S. Paulo*, conseguia publicar tirinhas. Era um grupo seleto, com nomes renomados como Laerte e outros artistas da época – romper essa barreira era difícil. Com a internet, isso mudou. Artistas como André Dahmer abriram caminho nos quadrinhos online; logo depois

veio a minha geração: Carlos Ruas, Coala, Vitor Cafaggi e muitos outros, que começaram em blogs postando tirinhas de forma despretensiosa.

O objetivo do meu trabalho sempre foi o mesmo: encontrar pessoas que se identifiquem com a arte, transmitir mensagens positivas e contribuir, de alguma forma, para deixar o mundo um pouco melhor. Acho que meus valores e minha missão são esses: transmitir algo bom – seja uma reflexão, seja uma piada leve. Se a pessoa sorri ao ler, minha arte cumpri seu propósito. Sempre gostei de desenhar. Quando criança, eu era muito tímido e me expressava por meio dos desenhos; o que era expressão virou profissão. Costumo dizer que sou artista 24 horas por dia porque amo o que faço.

As pessoas que se identificam com meu trabalho percebem que aquilo que transmitem é verdadeiro. Não tenho muita “estratégia” para impulsionar o trabalho, porque faço tudo de maneira honesta, baseada no que acredito. Se desenho algo e gosto, se dou risada com uma piada, ou se estou vivendo um momento que inspira uma reflexão, eu compartilho. Meus desenhos são reflexo do que vivo e penso. Acredito que minha estratégia é ser verdadeiro em um mundo cada vez mais artificial, onde muitos fazem conteúdos moldados pelo algoritmo. A melhor estratégia, em qualquer época, é ser verdadeiro; o resto acontece naturalmente.

Como desenho muito para editoras e agências de publicidade, o meu “prospecto” para conseguir clientes é não parar de produzir: manter constância no Instagram, [Facebook](#) e outras plataformas, interagir com as pessoas que me acompanham e frequentar feiras e eventos onde meu trabalho possa ser divulgado. Não tenho uma estratégia mercadológica formal; geralmente estou envolvido em muitos projetos, e os trabalhos acabam surgindo naturalmente. Por exemplo: recentemente

participei do *MSP 90*, algo que impulsiona qualquer artista – é o Mauricio de Sousa, não preciso dizer mais nada.

Existem muitos desafios em qualquer profissão, mas, quando envolve arte, é mais complexo, porque muitos consideram algo supérfluo. O maior desafio, para mim, é a desvalorização da arte. Acredito que cultura deveria ser consumida como comida ou bebida, porque é isso que nos faz desenvolver pensamento crítico, analisar o meio em que vivemos, enxergar o mundo com mais profundidade. A arte desperta isso. A desvalorização artística é muito presente, e não é raro ver artistas enfrentando dificuldades – ainda mais hoje, com a *IA*, que gera imagens e faz algumas pessoas acreditarem, ilusoriamente, que substituirá os artistas. Nessa hora, inclusive, é bom ter mais idade, porque me impede de cair nessa ilusão. A realidade muda, e por isso estou sempre atento e aberto às novidades.

Não nego que trabalhar no *MSP 90* impulsionou ainda mais a minha carreira. É algo histórico. O Mauricio está completando 90 anos, e o Sidney Gusman me convidou para ser um dos 90 artistas que irão homenageá-lo. Sinto-me muito honrado de estar entre esses convidados, em um país com milhões de artistas. Para mim, isso é histórico, apesar da minha carreira já consolidada. E não é a primeira vez: já homenageei Ziraldo, que era meu ídolo, além de conhecer vários outros artistas. Sempre que isso acontece – de eu trabalhar com algum deles – o meu lado adulto some, e quem assume é a criança que os admira. Ainda estou processando esse momento da *MSP 90*, porque o Mauricio é o nosso Walt Disney. Não tem como não sentir orgulho.

O conselho que eu daria para quem está começando na área é este: desenhe sem parar e sem esperar nada em troca. Você pode ter uma missão, um objetivo, mas, para ser artista,

é preciso se desprender um pouco disso. O artista precisa ser apenas ele. Reconhecimento e dinheiro surgem quando você é verdadeiro e se expressa honestamente. Claro que vários fatores influenciam: estilo, contatos, oportunidades. Mas, se a pessoa desenhar sempre e mantiver em mente que quer se expressar da melhor forma possível, não tem como dar errado.

Sempre digo que sucesso é relativo. Eu já sinto que faço sucesso mesmo que nunca lançasse outro livro: meu filho e minha família me admiram – isso já é uma grande conquista. Tudo depende do que cada um busca; não existe manual para chegar “lá”. Meu conselho é: seja verdadeiro, desenhe sem parar e nunca deixe de ser você. Faça tudo com autenticidade e personalidade. Isso vale para qualquer área.



ALLANE BARBOSA MACHADO

Entrevista concedida à:
João Paulo Santos
Layza Sousa

Meu nome é Allane Barbosa Machado – sou atriz formada em Teatro pela UFMG. Iniciei minha trajetória teatral no ano de 2009, em um curso profissionalizante e, em 2012, ingressei na graduação. Desde então, venho atuando continuamente na área.

Ao longo desse percurso, exercei diversas funções: diretora, dramaturga e atriz, me considero ainda hoje nessas funções, pois são papéis que permanecem presentes na minha atuação artística. Me capacitei também como produtora cultural, inicialmente por necessidade profissional. Em 2021, ingressei em uma pós-graduação em Produção Cultural, mas não concluí o curso, pois percebi que o conteúdo era limitado e eu já dominava boa parte do que era abordado.

Em 2018, ao concluir a graduação, busquei me organizar profissionalmente. Em 2019, idealizei um grupo de teatro, que se desfez no final do mesmo ano. Nesse período, realizei um festival em parceria com um grupo de amigas, o que me proporcionou uma compreensão mais prática sobre o papel de produtora cultural e sobre o empreendedorismo artístico, aspectos que posteriormente se tornaram parte central da minha trajetória.

No final de 2019, comecei a lecionar teatro como forma de gerar renda, formando uma turma inicial bastante expressiva. Com a chegada da pandemia, em 2020, precisei me adaptar às novas circunstâncias.

Em 2021, ainda durante o isolamento, fundei o *Gaveta Aberta*, meu empreendimento voltado à cultura e à pesquisa. Atualmente, o projeto mantém-se ativo em menor escala, mais voltado à pesquisa, embora já tenha promovido aulas, atendimentos e projetos culturais.

Atualmente, atuo como assistente do educativo no Museu das Minas e do Metal, além de redatora, escritora e pesquisadora na *PROAGE*, uma incubadora de projetos. Trabalho também como produtora cultural contratada, tendo recentemente coordenado uma exposição de desenhos em Governador Valadares. Continuo atuando como pesquisadora e, sobretudo, mantendo meu foco principal na atuação como atriz, que permanece como eixo central da minha trajetória formativa e profissional.

Vou contar um pouco sobre o meu projeto *Gaveta Aberta*, que surgiu em 2022. A proposta inicial era criar uma forma de viabilizar financeiramente meu trabalho. Naquele momento, eu já lecionava teatro, tinha experiência em produção cultural e havia concluído minha formação como pesquisadora e atriz. Percebi, então, a necessidade de ter um espaço próprio para organizar e desenvolver projetos.

Em 2020, participei de uma imersão com o *LUME Teatro*, de Campinas, na área de bastidores, atuando diretamente com as equipes de administração e produção. Foram oito horas diárias de estudo ao longo de uma semana, experiência que ampliou significativamente minha compreensão sobre gestão e empreendedorismo artístico.

A partir desse aprendizado, surgiu o desejo de empreender meus conhecimentos e minha formação, atuando de forma autônoma diante das limitações do mercado cultural. Assim nasceu o *Gaveta Aberta*, concebido como um espaço para tirar ideias “da gaveta” e transformá-las em projetos concretos, ou

seja, uma “gaveta” que permanece sempre aberta para a criação e a produção artística.

Esse espaço não é um lugar fixo. Se eu for considerar um ponto fixo, isso é minha casa, mas não há um ponto fixo. E ele é online. Hoje é muito mais restrito do que antes, inicialmente tinha até a proposta de conteúdos online. O último material produzido já deve ter mais de um ano e foi para divulgar as aulas.

A última turma de aulas previstas foi para 2023 e 2024. Hoje ele acontece mais com pesquisa, eu diria que nem online ele está, porque como ele é pesquisa, eu me organizo em casa. Então eu não produzo nada para a rede.

Não tem atualizações desde 2024 e eu não tenho divulgado nada em físico também, então o *Gaveta Aberta*, hoje, pode-se dizer que está em hiato. Tenho a pretensão de voltar, de tentar entender como ele pode funcionar, mas primeiro preciso também ter uma agenda mais condizente com a possibilidade de gerenciá-lo.

Quando fundei o *Gaveta Aberta*, foi sozinha e durante o período de isolamento na pandemia. Naquele momento, vivia uma sensação de estagnação e fracasso. Recém-formada, tudo o que havia planejado realizar nos dois primeiros anos após a graduação não aconteceu. Tive que retornar à casa dos meus pais, o que representou um choque cultural e emocional, acumulando frustrações e incertezas.

Apesar disso, eu tinha muitas ideias e o desejo constante de criar e aprender. Continuei estudando e me dedicando a diversos cursos. Essas inquietações, somadas à vontade de transformar a frustração em ação, motivaram-me a empreender no ambiente digital.

Decidi tornar-me produtora de conteúdo, mas de forma consistente e significativa, eu queria estar nas redes com

propósito e paixão, e não apenas por exposição. Foi nesse contexto que surgiu o *Gaveta Aberta*, pensado como um espaço para “tirar ideias da gaveta” e transformá-las em projetos viáveis. O objetivo inicial era criar um ambiente de mediação que possibilitasse a artistas e produtores iniciantes o acesso a editais e recursos de fomento cultural. No início, o projeto era conduzido apenas por mim.

Com a abertura dos primeiros editais da *PNAB*, entrei em contato com diversas pessoas oferecendo apoio na escrita de projetos. Naquele período, elaborei cinco propostas, das quais uma foi aprovada em primeiro lugar, que foi um marco importante na trajetória do *Gaveta Aberta*.

Antes disso, ainda durante a primeira fase emergencial da *PNAB*, consegui dirigir uma cena teatral a partir de um recurso obtido por meio do programa. Essa experiência, embora anterior à formalização do *Gaveta Aberta*, foi fundamental para sua consolidação, pois me mostrou que eu tinha capacidade de articulação, iniciativa e rede de contatos.

O projeto nasceu, portanto, com o propósito de fortalecer uma rede de artistas e produtores iniciantes, auxiliando-os no acesso a editais e fomentos culturais. Além disso, impulsionou a minha própria produção e contribui para a democratização da cultura e da arte. Esse compromisso foi sintetizado em uma frase que acompanhou a bio do projeto: “Democratizar o acesso e a produção artística.” Portanto, o *Gaveta Aberta* sempre se propôs não apenas a apoiar quem produz, mas também a alcançar e envolver quem consome arte.

Eu acredito que os principais valores do *Gaveta Aberta* baseiam-se na compreensão de que a cultura e o fazer artístico são para todos. A arte e o lazer são direitos humanos e, portanto, devem ser acessíveis a todas as pessoas, em suas diferentes realidades, contextos e recortes sociais.

Palavra Editada

A cultura precisa ser agenciada e democratizada, alcançando diversas comunidades e grupos que historicamente têm menos acesso a esses espaços. Outro valor essencial é o reconhecimento de que a pesquisa é fundamental para o desenvolvimento cultural e artístico. A pesquisa sustenta a criação, amplia repertórios e fortalece a qualidade das produções.

Esses dois princípios, democratização da cultura e valorização da pesquisa, constituem a base ética e conceitual do Gaveta Aberta. Quanto à missão, ela se estrutura em torno de três eixos principais:

- Democratizar o acesso, à produção e o fazer artístico, promovendo oportunidades para artistas e produtores em início de carreira;
- Difundir e valorizar a pesquisa em arte e cultura, como meio de formação continuada e inovação criativa;
- Construir e ampliar públicos, estimulando o entendimento da função social do teatro, da música e dos espaços culturais e de lazer.

Além disso, o *Gaveta Aberta* tem como missão fomentar a arte de artistas iniciantes, contribuir para a compreensão dos mecanismos de acesso a recursos e editais e estimular o debate sobre políticas públicas culturais. Esses valores e missões orientam o projeto desde sua criação, mesmo nos períodos em que suas atividades estiveram reduzidas, mantendo vivo o compromisso com a formação, a inclusão e o fortalecimento do setor cultural.

Para um apoio financeiro, as estratégias de fomento do *Gaveta Aberta* estiveram, em grande parte, alinhadas aos mecanismos gerais de financiamento da cultura, especialmente por meio de editais públicos, entre eles a *PNAB*, a *FUNARTE* e a Lei Municipal de Incentivo à Cultura. Acompanhei regularmente os editais disponíveis na plataforma [Progas](#).

Além dos recursos públicos, o projeto contou com investimento pessoal, o que também funcionou como forma de fomento. Esse capital próprio foi utilizado para impulsionar publicações, produzir materiais gráficos, adquirir equipamentos e estruturar aulas. Esses investimentos individuais foram fundamentais para o funcionamento e a manutenção das atividades do *Gaveta Aberta*.

No início, as estratégias eram limitadas ao meu conhecimento de agenciamento e empreendedorismo, voltadas principalmente para o ambiente digital e para a oferta de aulas. Assim, as principais ações de fomento envolviam a elaboração e submissão de projetos a editais, o reinvestimento de recursos próprios no empreendimento e a comercialização de cursos e oficinas.

Outro aspecto relevante foi o investimento em formação e capacitação profissional, que considero uma estratégia de fomento essencial. Busquei aprimorar meus conhecimentos em gestão e produção cultural por meio de cursos, aulas e mentorias com profissionais como Clarice Libânia, Lucas Veríssimo e Rômulo Avelar, além de leituras e formações em plataformas online.

Nos últimos anos, especialmente a partir de 2024, com minha atuação no Museu das Minas e do Metal, o *Gaveta Aberta* entrou em um período de menor atividade, e as estratégias de fomento tornaram-se menos presentes. Ainda assim, a experiência acumulada nesse processo contribuiu diretamente para minha atuação atual na *PROAGE*, uma incubadora de projetos culturais, onde venho obtendo resultados expressivos.

Dos cinco projetos em que atuei recentemente como referência técnica, três (ou quatro) foram aprovados. Esses resultados refletem o aprendizado adquirido com o *Gaveta Aberta* e demonstram como a busca contínua por capacitação

e estudo permanece sendo a estratégia de fomento mais sólida e duradoura da minha trajetória profissional.

Escolhi diversas abordagens diferentes para conseguir alcançar e manter clientes, mas alguns se destacam, dentre eles livros de marketing, empreendedorismo e produção cultural que oferecem diversos métodos, muitas vezes semelhantes entre si. No entanto, quando se trata da produção cultural e do agenciamento da arte, não há um modelo único de prospecção. Esse processo é dinâmico e se transforma constantemente, pois a cultura e a percepção do público em relação ao produto artístico também mudam.

Durante o período em que eu ministrava aulas voltadas para não atores, o objetivo era oferecer um espaço de criação, desinibição e elaboração a partir da prática teatral. A primeira turma foi um sucesso, e logo depois consegui formar uma segunda, que acabou sendo interrompida pela pandemia.

Ainda assim, o formato on-line permitiu a continuidade das atividades. Naquele momento, percebi que havia uma demanda significativa por experiências que ajudassem as pessoas a se comunicar melhor, a se relacionar e a vencer a timidez.

Entendi, então, que prospectar e manter clientes exige atenção às pessoas com quem se está dialogando. É fundamental compreender de onde vêm, como se expressam, o que pensam, o que buscam e o que rejeitam. É um trabalho minucioso, que exige observação e sensibilidade. Recebo até hoje retornos de alunos que destacam a importância das aulas em suas trajetórias. Acredito que isso se deve ao cuidado e à escuta atenta durante o processo.

As aulas eram construídas a partir das vivências dos participantes, o que permitia um espaço de elaboração e expressão. Muitos viam aquele espaço como terapêutico e, de

fato, a arte possui um caráter terapêutico, mesmo não sendo uma terapia em si.

Prospectar e manter clientes, portanto, envolve estabelecer um diálogo sincero sobre o que se oferece. Existem profissionais que optam por estratégias de persuasão menos transparentes, mas esse não é o tipo de abordagem com o qual me identifico. Prefiro atuar de forma coerente com o espaço e a proposta que consegui construir.

Paralelamente, também trabalhei com escrita de projetos, embora não tenha conseguido manter clientes nessa área devido às dificuldades de retorno financeiro. Muitas vezes, o pagamento só ocorre após a aprovação do projeto, o que pode demorar até um ano, tornando a atividade insustentável.

Já em outro empreendimento, voltado para serviços de faxina e organização, consegui aplicar estratégias semelhantes: compreender o perfil de quem eu atendia e oferecer um trabalho de qualidade, o que garantia a fidelização dos clientes.

Os livros de marketing e empreendedorismo, como as obras que abordam o marketing 1.0, 2.0, 3.0 e 4.0, trazem contribuições importantes sobre esse tema. Eles ressaltam a importância de compreender o desejo, os anseios e as necessidades do cliente. Acredito que o essencial é desenvolver esse exercício de escuta e construção de diálogo com o público que se deseja alcançar.

Apesar disso, tive que enfrentar diversos obstáculos. Um dos principais desafios, a meu ver, é o estigma sobre o ofício. Ainda existe uma visão de que o trabalho de produtores culturais, agenciadores e artistas não constitui uma profissão legítima. Esse é um dos primeiros obstáculos: construir e afirmar a identidade desse ofício diante de uma sociedade que muitas vezes não o reconhece como tal. Mesmo com a existência do

Ministério da Cultura e de diversos equipamentos culturais, ainda não conseguimos consolidar o entendimento de que a atuação artística e cultural é uma profissão como qualquer outra.

Outro grande desafio é a dificuldade de se manter no mercado, o que está diretamente relacionado à questão dos recursos. É preciso conseguir vender o próprio trabalho, acessar editais, acionar fontes de financiamento.

O Ministério da Cultura, desde sua criação, enfrentou períodos de instabilidade. Tivemos momentos positivos, como na gestão de Gilberto Gil, com avanços importantes, e hoje, com a retomada do ministério sob a liderança de Margareth Menezes, observa-se novamente uma atuação mais forte, com a criação de redes e canais de comunicação pelo país. Ainda assim, a realidade é desigual: nem todas as cidades contam com secretarias de cultura, o que limita o respaldo institucional para quem atua na área.

Outro ponto que considero fundamental é a falta de capacitação e de oportunidades de formação. A ausência do reconhecimento do ofício faz com que não se invista na qualificação desses profissionais. Muitos artistas e agentes culturais acabam aprendendo de forma empírica, sem acesso a ferramentas que poderiam aprimorar seus processos.

É comum encontrar pessoas que produzem cultura, mas desconhecem os mecanismos de produção, os editais disponíveis ou os meios de captação de recursos. Esse aprendizado baseado apenas na prática é importante, mas, sem uma base teórica e estrutural, o trabalho tende a ser mais instável, exigindo reinvenção constante. Quando há estrutura e conhecimento, o processo se torna mais eficiente, pois o profissional sabe onde buscar apoio e como se comunicar dentro do sistema.

Podemos, portanto, elencar alguns desafios principais: o estigma sobre o ofício, a dificuldade de acesso a recursos, a falta de capacitação e a formação de público. Este último aspecto está intimamente ligado ao primeiro.

Se a sociedade não reconhece a cultura como um ofício legítimo, dificilmente reconhecerá a produção cultural como uma demanda social. É essencial compreender que os agentes de cultura, os empreendedores culturais e os artistas cumprem funções sociais importantes, assim como profissionais da saúde, da infraestrutura ou do planejamento.

Além desses pontos, há desafios relacionados ao diálogo com as prefeituras, com os equipamentos públicos e até mesmo com outros profissionais do setor. As relações institucionais e a comunicação ainda são frágeis. De modo geral, os principais entraves residem na falta de recursos, na desvalorização da profissão, na ausência de políticas consistentes de formação de público e na carência de processos de capacitação.

Quando falo em capacitar esses profissionais, não me refiro apenas a treinamentos técnicos, mas à construção de uma autonomia do conhecimento, inspirada em uma perspectiva freiriana. Trata-se de oferecer repertório, vocabulário e recursos para que esses profissionais possam produzir e multiplicar saberes, mantendo viva a roda da criação cultural.

Por fim, gostaria de finalizar esse relato com algumas dicas. Acredito que duas palavras sintetizam o que gostaria de transmitir a quem deseja começar a atuar como artista, produtor(a) cultural ou agente da cultura: paciência e estudo. A paciência é fundamental porque os resultados não acontecem de imediato.

O caminho profissional é longo e permeado por desafios, especialmente para aqueles que possuem características, identidades e trajetórias que o mundo ainda não aceita

plenamente. Cuidar da própria paciência é essencial para continuar, mesmo diante das dificuldades.

O estudo, por sua vez, é o alicerce do fazer cultural. É preciso estudar constantemente: ler, assistir a produções diversas, boas e ruins, ouvir pessoas com visões diferentes, abrir-se ao diálogo e à escuta. Ser agente cultural exige essa abertura para o mundo, pois só assim é possível produzir algo que realmente dialogue com a realidade e contribua para transformá-la. Se for possível escolher, que se escolha produzir algo plural, diverso e comprometido com a construção de novas possibilidades de mundo. Isso inclui desenvolver uma consciência do presente, antes mesmo de pensar o futuro, compreender o tempo em que vivemos é parte essencial do fazer artístico e político.

Também é importante cuidar de si: descansar, hidratar-se, preservar a saúde mental e emocional, reconhecer os próprios limites e evitar a desumanização diante das pressões da carreira. Nós, que estamos na linha de frente da produção cultural, precisamos criar condições para que quem está chegando também possa cuidar de sua paciência, de seu aprendizado e de sua humanidade.

Esses são os conselhos que posso oferecer hoje, conscientes de que nada é fixo. As ideias, os caminhos e as motivações podem mudar, mas, por enquanto, sigo acreditando na importância da paciência, do estudo e da escuta como fundamentos de uma prática cultural sensível, ética e transformadora.



ALICE BICALHO

Entrevista concedida à:
Nicoly Santos
Vivian Machado

Sou formada em Letras, licenciatura em Português pela UFMG, e também fiz mestrado e doutorado em Teoria da Literatura pela mesma universidade. Minha atuação dentro da edição é bastante ampla: trabalho com preparação e revisão de textos, criação de projetos gráficos, diagramação e, claro, com a edição propriamente dita. Já atuei como editora e como assistente editorial em editoras de Belo Horizonte e do Rio de Janeiro, por isso, como minha formação não é específica em edição, acabo tendo uma abordagem mais holística dos processos editoriais.

O *Lab Curva* surgiu dentro da Curva Editorial, uma editora que fundei com o propósito de transformar a prática da edição em algo que vá além do trabalho técnico, promovendo uma leitura crítica e coletiva dos textos. O laboratório é fruto de uma segunda experiência de um projeto chamado “Experiência Editorial Partilhada”, iniciado com o apoio do Fundo Municipal de Cultura, quando editamos o livro Diário Frágil, de Laura Torres.

Em 2024, conseguimos aprovar uma nova edição desse projeto, agora como *Lab Curva*, para editar coletivamente quatro originais, com a participação dos próprios autores e de estudantes de edição. O objetivo é tornar o processo editorial mais visível e acessível aos autores, para que compreendam o papel e a importância de cada etapa na transformação de um original em livro.

Hoje, o maior desafio do laboratório é de ordem prática: conciliar o tempo e os recursos necessários para manter os projetos, especialmente considerando que, no Brasil, editores independentes dificilmente conseguem viver apenas de seus trabalhos editoriais. É preciso desenvolver outras atividades para garantir a subsistência, o que torna difícil manter uma editora ativa e financeiramente sustentável.

Em relação às políticas culturais, acredito que os governos Lula trouxeram avanços importantes para o setor editorial, especialmente com programas públicos de incentivo à leitura e ao livro. Esses programas, junto aos editais municipais, estaduais e federais, são fundamentais para a existência de projetos editoriais não comerciais, que buscam preencher lacunas culturais pouco exploradas pelo mercado.

Como editora independente, não sinto de forma direta os impactos da concentração dos grandes conglomerados editoriais, justamente porque a *Curva* ainda ocupa um espaço marginal. Produzo livros que circulam em ambientes alternativos, independentes e no site da própria editora, geralmente com conteúdos que não despertam o interesse das grandes empresas. No entanto, sei que, à medida que uma editora cresce, passa a enfrentar mais fortemente esses desafios de mercado.

Todos os projetos que realizo me marcam profundamente, seja na *Curva* ou em outros trabalhos editoriais. Mas o projeto que considero mais importante para minha trajetória é anterior à fundação da *Curva*: a produção de livros com povos indígenas brasileiros para suas escolas diferenciadas.

Esse trabalho, orientado pela professora Maria Inês de Almeida dentro do Núcleo Literaterras da UFMG, apresentou uma metodologia verdadeiramente coletiva de edição, envolvendo as comunidades no processo editorial.

Essa experiência moldou minha forma de ver o livro como um espaço de encontro e troca, algo que tento reproduzir em outros contextos. Um exemplo disso foi o livro Salto, de Clara Amorim, em que realizamos o evento *Original em Voz Alta*, no qual leitores foram convidados a ler e sugerir ajustes ao texto ainda em processo de edição. Essa prática forma uma comunidade em torno do livro e reforça o poder da literatura como produtora de pensamento e transformação.

Como mulher e editora, percebo que o tempo e as dinâmicas do trabalho são fortemente marcados por uma lógica masculina, que exige produtividade acelerada. Tento resistir a essa lógica, reconhecendo as limitações e os ritmos orgânicos da vida. Não quero fingir que essas dificuldades não existem; pelo contrário, acredito que reconhecer o tempo mais complexo das mulheres é também uma forma de resistência.

A *Curva* começou em 2018, e nosso catálogo ainda é pequeno. As estratégias de divulgação e marketing são modestas, baseadas nas redes sociais, no site e em assessorias pontuais para lançamentos. Mas entendo que o marketing deve ir além da venda: deve promover a leitura e a formação de comunidades. Por isso, penso em ações como o *Original em Voz Alta* também como estratégias de marketing cultural, que criam laços entre leitores, autores e livros.

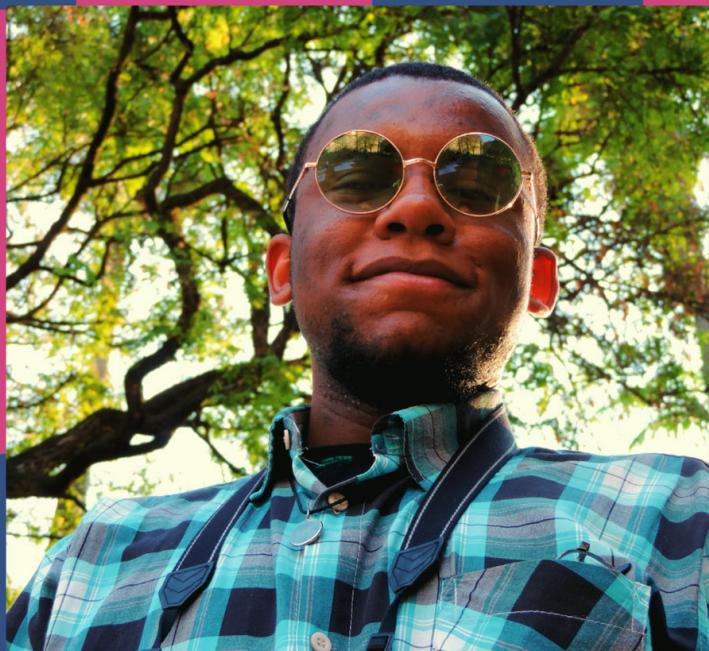
Temos parcerias com outras editoras independentes, especialmente em eventos e projetos que envolvem mais pessoas do que nossa equipe atual pode comportar. Procuramos sempre fortalecer essa rede de apoio, colaborando com gráficas e profissionais que também valorizam o trabalho independente.

Os desafios para as editoras independentes continuam sendo muitos: o baixo investimento na cultura literária, a dependência de verbas públicas e as incertezas do mercado. Mesmo assim, acredito que há oportunidades de crescimento.

Projetos que iniciamos há dois ou três anos começam agora a dar frutos, o que permite planejar novos passos e sonhar com o fortalecimento da *Curva* nos próximos anos.

Além da publicação de livros, desenvolvemos iniciativas voltadas à promoção da leitura e ao fortalecimento das comunidades. No lançamento do nosso primeiro livro, Poemas Para o Seu Baile, realizamos a *Mostra Curva de Poesia Reunida*, que reuniu poetas e performers ao lado da banda da autora Carol Leal. Também promovemos o projeto *Experiência Editorial Partilhada* e outros eventos, como o festival *O que é um Livro*, realizado na UFMG, que reuniu editores para discutir suas produções. Atualmente, organizamos, em parceria com a *Casa de Caridade Pai Jacob do Oriente*, uma feira literária dentro da feira *Quinanda*.

Acredito que o livro nunca é apenas um livro: ele é um dispositivo de memória e de encontro, o resultado de um processo coletivo e vivo. Na *Curva*, queremos que cada publicação continue sendo fruto de uma comunidade em movimento, e é isso que me motiva a seguir editando, aprendendo e criando.



LUIZ FERNANDO SILVA

Entrevista concedida à:
Ana Carolina Lemos

Gosto de me ver como um cara que curte produzir, experimentar e criar. Sou produtor de conteúdo para mídias digitais, apaixonado por produção e edição de vídeos. Sou um dos criadores do canal [História Nossas Histórias](#), no YouTube, e atualmente cuido das redes sociais do [Método Wolbachia](#), um projeto incrível da Fiocruz.

Desde sempre, gostei de estudar, mas eu tinha dificuldade em me concentrar em textos que não fossem, de alguma forma, esteticamente interessantes. Não precisava de ilustrações, mas eu gostava quando a própria escrita fazia parte de um projeto criativo. Lembro de um livro didático de História que usava ironia e fazia conexões com a cultura pop, aquilo me marcou muito e acrediito que foi um dos motivos que me levaram a seguir na área da História e da docência.

Minhas influências vêm de muitas vertentes, de divulgadores científicos como Carl Sagan e Neil deGrasse Tyson, que tornavam a ciência algo palpável, como também de programas que passavam na TV Cultura e no antigo History Channel. Com o tempo, percebi que havia uma lacuna na internet: faltavam vídeos educativos sobre História que fossem, ao mesmo tempo, rigorosos na pesquisa e leves na linguagem.

O *História Nossas Histórias* nasceu em 2017, dentro de uma disciplina sobre Idade Média, com o professor Cláudio Monteiro Duarte. O canal cresceu junto com o ecossistema do *YouTube Edu* e com toda uma geração que começou a produzir conteúdo educativo naquela época.

Hoje, posso dizer que o “produto” principal do meu trabalho são os vídeos, mas o verdadeiro valor está no que eles despertam nas pessoas. É quando alguém comenta que aprendeu algo novo, que se sentiu mais inteligente assistindo a um conteúdo histórico, ou que usa o canal como apoio para os estudos. Isso é o que me move.

Nos últimos anos, o foco tem sido produzir com mais qualidade, não necessariamente mais quantidade. Durante a pandemia, produzi muito para manter o canal financeiramente viável e continuar relevante na guerra dos algoritmos. Agora, o objetivo é consolidar o projeto como uma referência em divulgação científica e cultural, e abrir espaço para novas empreitadas audiovisuais, quem sabe até futuros infoprodutos.

Meu trabalho pode ser encontrado principalmente no YouTube e no [Instagram](#), mas também já participei de eventos presenciais, debates e mediações. Quero expandir ainda mais esse diálogo, inclusive lançando uma newsletter no futuro, para aprofundar as conversas com o público.

A minha relação com o audiovisual começou cedo. No ensino médio, eu já produzia vídeos para trabalhos escolares, recriando cenas ou fazendo paródias, mesmo quando o professor não pedia isso. Quando comecei a trabalhar como menor aprendiz, minha primeira grande compra foi uma câmera digital. A partir daí, fui adquirindo equipamentos e fazendo vídeos amadores para amigos e conhecidos.

Na época, o termo “filmmaker” estava em alta, e eu me identificava muito com essa ideia de quem faz tudo: escreve, filma, edita. Com o *História Nossas Histórias*, vieram os contatos, as indicações e as oportunidades. Produzi vídeo-aulas, gravei e editei materiais para professores e outros canais. Durante a pandemia, me dediquei totalmente ao canal – ele foi essencial para atravessar aquele período.

Meu objetivo sempre foi experimentar, colocar em prática o que eu aprendia sobre filmagem e edição, e transformar isso em um projeto sólido de produção cultural. Acredito profundamente que a arte muda o mundo. Não é uma visão romântica: é um entendimento de que a arte é o combustível das sociedades, para o bem e para o mal. O nazismo também se valeu de artistas; Platão quis expulsá-los da República; e a Revolução Francesa não teria acontecido sem a literatura boêmia. Produzir arte, pra mim, é uma forma de me posicionar no mundo, e também de posicionar o mundo a partir do meu olhar. Faço vídeos porque sinto necessidade de dizer algo, e o audiovisual é a linguagem que aprendi para fazer isso.

Atualmente, além do meu trabalho no *Método Wolbachia*, estou redesenhandando o projeto do História Nossas Histórias para buscar novos financiadores e apoiadores. Quero inseri-lo mais fortemente no circuito cultural de Belo Horizonte, participando de editais, eventos, oficinas, rodas de conversa, e até desenvolver um projeto de “turismo histórico” pela cidade.

Hoje usamos o Instagram como porta de entrada para o público chegar até o YouTube, que segue sendo nossa principal plataforma. Também buscamos estar em eventos culturais e cabines de imprensa, fortalecendo o contato com outros criadores e profissionais. Além disso, estamos repensando nossas estratégias para diversificar formatos e alcançar públicos diferentes.

O maior desafio da minha carreira é equilibrar a parte criativa com a parte administrativa. Quando se trabalha com arte e conteúdo, é fácil se perder entre a inspiração e as demandas práticas: orçamento, cronograma, algoritmos, divulgação. E o cenário cultural brasileiro ainda é instável, faltam políticas públicas contínuas e reconhecimento do trabalho criativo. Outro desafio é o próprio algoritmo, que decide

o que aparece e o que desaparece. Produzir conteúdo educativo exige um esforço constante para manter a relevância sem abrir mão da profundidade.

Se eu pudesse dar um conselho para quem está começando, seria: não espere estar pronto para começar. A experiência vem com o fazer; produza, erre, aprenda e siga em frente. Também acho importante entender que arte e trabalho não se excluem, é possível e necessário pensar a arte como empreendimento, com estratégia, planejamento e propósito. E, por fim, diria algo que aprendi na prática: cercar-se de pessoas com valores semelhantes faz toda a diferença. Parcerias sinceras e criativas valem mais do que qualquer viral momentâneo. Fazer arte é, acima de tudo, construir comunidade.



OI, MALU!
UM ABRACO!



MAURICIO DE SOUSA

ARTISTA, EMPREENDEDOR E DONO DA RUA

Nascido em 1935, Mauricio Araújo de Sousa é muito mais do que o aclamado desenhista e pai da *Turma da Mônica*. Ele iniciou sua carreira de sucesso ao criar, em 1959, sua primeira tirinha com os personagens Franjinha e Bidu, para o jornal *Folha da Tarde* (atual *Folha de S. Paulo*). A partir de então, seus personagens tomaram conta não apenas das revistas nas bancas do Brasil, mas também do imaginário popular nacional.

Resumidamente, Mauricio criou um esquema de distribuição de clichês tipográficos a jornais do interior de São Paulo (usados para impressão das tirinhas), contratou auxiliares para trabalharem nos quadrinhos, fechou parcerias comerciais para vincular a imagem da *Turma da Mônica* a produtos (a primeira parceria foi com a *Cica*, que dura até hoje). Com o crescimento da popularidade da turminha, os quadrinhos já não eram mais suficientes para serem as únicas “casas” dos personagens; vieram filmes, videogames, livros, peças de teatro, parque temático, dentre outras coisas. E, merecidamente, em 2011 Mauricio se tornou o primeiro quadrinista a tomar posse na Academia Paulista de Letras.

Sua empresa, [MSP Estúdios](#) (antes, *Mauricio de Sousa Produções*; antes ainda, *Bidulândia*), possui atualmente mais de 400 personagens e 200 empresas licenciadas. Vários filmes foram lançados, desde animações, até live-actions, além de conteúdos para as redes sociais e episódios disponibilizados no [YouTube](#).

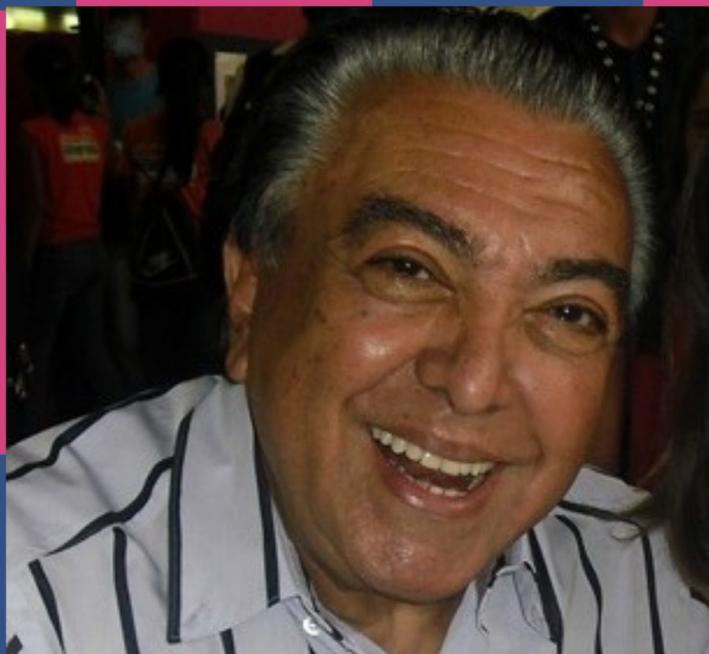
Mas as coisas poderiam ter sido bem diferentes: aos 18 anos, Mauricio levou um bloco com seus desenhos a um jornal

e mostrou a um diretor de arte muito famoso na época; entretanto, ouviu como resposta que desenho não daria futuro a ninguém, e que seria melhor ele trabalhar em qualquer outra coisa. Se Mauricio tivesse dado ouvidos àquele diretor, como seria a cultura de leitura dos quadrinhos nacionais? Como seria viver sem as aventuras da turminha, sem essa referência cultural tão forte no Brasil? Como teria sido minha infância e adolescência sem a companhia dos personagens que mais amo?

A *Turma da Mônica* foi minha companheira nos momentos mais solitários da infância. Se não fosse por essas histórias em quadrinhos (HQs), eu não sei o que eu estaria fazendo agora. Graças à turminha eu conheci o universo das HQs, encontrei meu rumo no meio acadêmico e conheci artistas incríveis. Graças ao Mauricio, descobri meu verdadeiro sonho e vocação. E não sou apenas eu. Conheço várias outras histórias similares à minha, sempre com emoção na narrativa. Porque é isso mesmo. É assim que nos sentimos: abraçados por ele e seus personagens. É uma admiração que vai além do profissional Mauricio de Sousa; é gratidão ao carinho que o pai da turminha transmite.

E que honra foi quando, em 2011, eu pude conhecer, tirar foto e entrevistar o Mauricio. Eu tinha 18 anos, não fazia nem ideia do que perguntaria a ele por e-mail quando pedi permissão para entrevistá-lo; eu apenas sabia que aquela era uma oportunidade única na minha vida. E foi mesmo. Aproveitei cada segundo, desde o dia em que o conheci, até o momento em que ele me respondeu no e-mail. E é com esse carinho e com essa admiração que compartilho ela com vocês. Boa leitura!

Malu Mayer
Novembro de 2025



MAURICIO DE SOUSA

Entrevista concedida à:
Malu Mayer
Dezembro de 2011

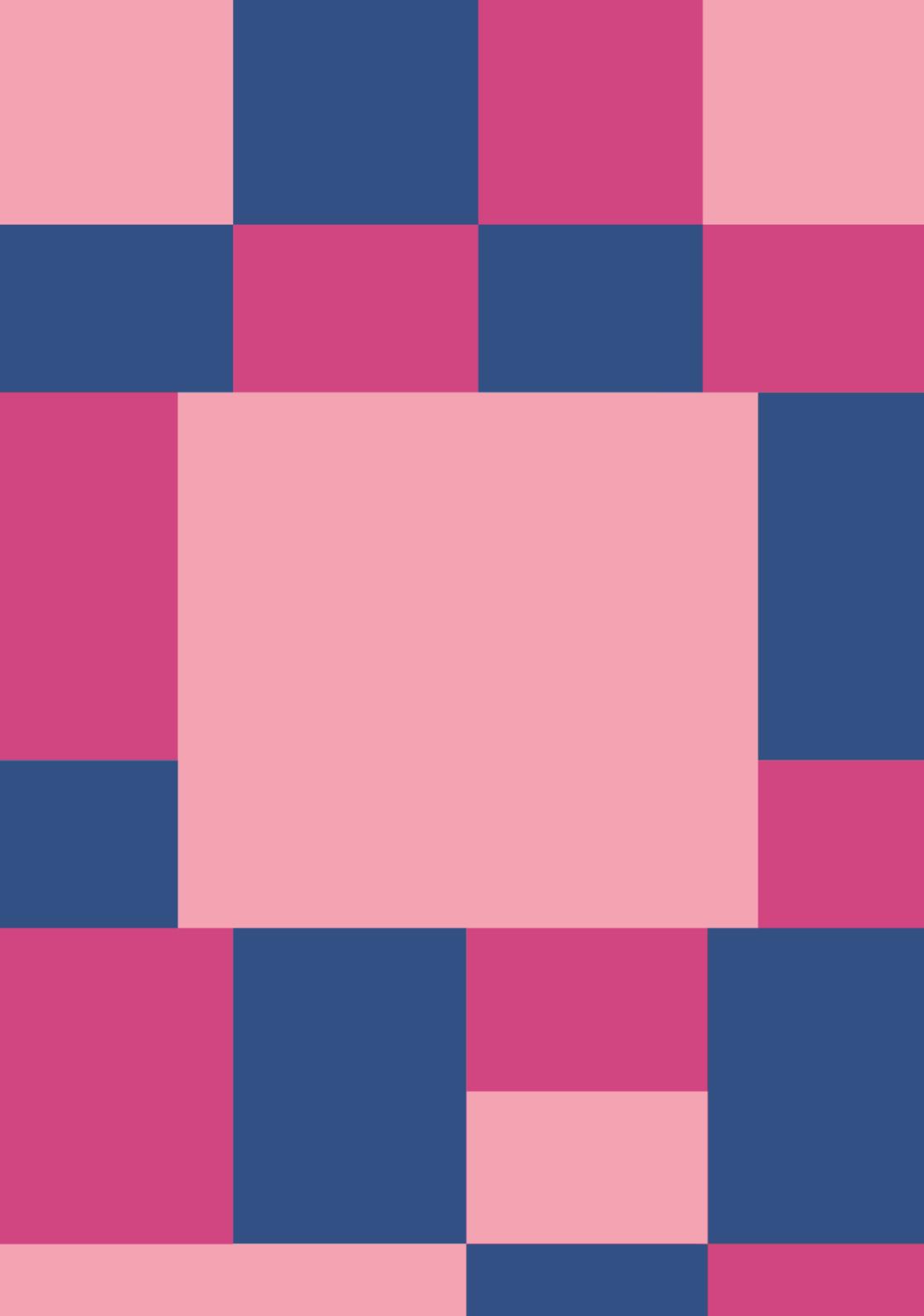
Meu nome é Mauricio Araújo de Sousa, mais conhecido como Mauricio de Sousa, pai da turminha e, quando eu tenho tempo, leio os novos autores nacionais que o Sidney Gusman, editor de novos projetos, me apresenta. Mas eu também sempre releio os clássicos, como *Spirit*, de Will Eisner. Inclusive, ele é um dos artistas que me inspiraram ao longo da vida; eu adorava ler essas histórias ambientadas nos anos de 1950, em Nova York. Também tiveram vários outros autores nacionais e internacionais, que eu lia na minha infância, que me inspiraram a desenhar e a contar histórias. Para mim, os quadrinhos significam uma vida. Quando pequeno, cheguei a ganhar prêmios em concursos de rádios, como cantor. Depois, eu queria ser pianista. Mas carregar um lápis foi mais fácil do que carregar um piano nas costas (risos).

Os meus personagens terem marcado gerações de leitores de quadrinhos significam muito para mim; é o prazer de ver em uma fila de autógrafos vários pais dizendo que aprenderam a ler com os meus quadrinhos e que agora seus filhos estão fazendo o mesmo caminho. Inclusive, muitos fãs quererem tirar fotos comigo e me pedir autógrafos nunca me assustou, porque esse é um carinho que me alimenta. É para eles que desenho euento histórias.

Fico feliz em saber que a turminha também faz sucesso no exterior, isso prova que criança é criança em qualquer parte do mundo. Hoje, por exemplo, estamos publicando na China, e não houve quase mudança nenhuma nas historinhas que

produzimos aqui. E é bonito ver que, aqui no Brasil, está acontecendo naturalmente um aumento do espaço e incentivo para o surgimento de novos artistas e personagens, principalmente nos quadrinhos adultos. Grandes desenhistas brasileiros estão ganhando prêmios com os seus trabalhos, inclusive no exterior. Basta ver a série dos livros [MSP 50](#) que publicamos com esses autores. No total, são 150 deles em estilos diferentes.

Tudo que queremos na vida começa já na infância; não foi diferente comigo. Algumas pessoas descobrem o que querem antes, outras mais tarde. O jovem que vive de bem com a vida manterá a alegria e a simplicidade da criança para sua fase adulta. Ficar de bem com a vida e cuidar da saúde e da mente torna tudo mais fácil. E, para quem quer seguir nesta área: siga seu estilo e fique antenado ao seu público; trate seus personagens como filhos e deixe-os viver.



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

Diretora-Geral

Carla Simone Chamon

Vice-Diretor

Conrado de Souza 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

Laíse 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

Prof. Dr. Renato Caixeta da Silva

Chefe adjunta

Profa. Dra. Natalia Moreira Tosatti

BACHARELADO EM LETRAS - TECNOLOGIAS DE EDIÇÃO

Coordenador

Prof. Dr. Luiz Antônio Ribeiro

Coordenador Adjunto

Prof. Dr. Guilherme Lentz da Silva Monteiro

LED - EDITORA-LABORATÓRIO DO CURSO DE LETRAS

Coordenadora

Profa. Dra. Elaine Amélia Martins

Vice-coordenador

Prof. Dr. José de Souza Muniz Jr.

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.

<https://www.led.cefetmg.br/>

led.cefetmg@gmail.com

Coleção Palavra Editada

Coordenação Geral

Luiz Henrique Silva de Oliveira

E-book produzido nas tipografias
Chloe, Century Schoolbook e Cambria.

Novembro de 2025

Vinícius
Leite

Malu
Mayer

Thaís
Lucas

Ingrid
Vasconcelos

Ligian
Quaresma

João Paulo
Santos

Nicoly
Santos

Évelin
Guimarães

Luiz
Fernando
Silva

Ana
Carolina
Lemos

Ellen
Porto

Layza
Sousa

Kerllen
Kezia

Vivian
Machado

Simone
Gonçalves

Davi
Diamante

Luiza
Diniz