

## Artigos

# Editoras Mulheres Progressistas no Brasil e na Argentina: reflexões sobre a Boitempo e a Marea Editorial

Progressive women publishers in Brazil and Argentina: Boitempo and Marea Editorial

Editoras progresistas en Brasil y Argentina: reflexiones sobre Boitempo y Marea Editorial

Letícia Santana Gomes<sup>1</sup>, Giani David<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil

## RESUMO

Neste artigo, iremos apresentar um breve histórico editorial de mulheres editoras invisibilizadas na Argentina e no Brasil, e ressaltar o papel simbólico que Ivana Jinkings (Brasil) e Constanza Brunet (Argentina), criadoras e gestoras da Boitempo Editorial (Brasil) e Marea Editorial (Argentina) refletem no campo editorial progressista atualmente. Trazemos essa discussão, sobretudo, para se pensar as mulheres atuantes no mercado editorial, inúmeras vezes silenciadas, pois sabemos de um histórico editorial que retrata, majoritariamente, a trajetória de editores homens. No entanto, essas editoras aqui apresentadas, por exemplo, comandam as maiores casas editoriais ditas independentes e progressistas nesses países; elas editam e marcam diferentes posições no “campo editorial” (BOURDIEU, 2004). A partir de entrevistas semiestruturadas realizadas com elas e analisando o discurso autobiográfico, nossa pergunta é: o que essas mulheres projetam de si no sentido privado/público por meio de suas narrativas e do catálogo de suas editoras? Acreditamos, a priori, que os produtos editoriais finais são uma das facetas, uma edição de si por meio de um *ethos* institucional (AMOSSY; MAINGUENEAU, 2008), da *extimidade* (PAVEAU, 2020), isto é, uma validação de si, daquilo que as editoras editam de si mesmas por meio de suas narrativas de vida.

**Palavras-chave:** Editoras; Casas Editoriais; Edição de si.

## ABSTRACT

In this article we will present a brief editorial history of invisible women publishers in Argentina and Brazil, and highlight the symbolic role that Ivana Jinkings (Brazil) and Constanza Brunet (Argentina), creators and managers of Boitempo Editorial (Brazil) and Marea Editorial (Argentina) reflect in the progressive publishing

field today. We bring up this discussion, above all, to think about women active in the publishing market, who are often silenced, since we are aware of an editorial history that portrays, for the most part, the trajectory of male editors. However, these female editors presented here, for example, command the largest so-called independent and progressive publishing houses in these countries; they edit and occupy different positions in the "publishing field" (BOURDIEU, 2004). Based on semi-structured interviews conducted with these women and analysing their autobiographical discourse, our question is: what do these women project about themselves in the private/public sense through their narratives and the catalogue of their publishing houses? We believe, a priori, that the final editorial products are one of the facets, an edition of the self through an institutional ethos (AMOSSY; MAINGUENEAU, 2008), of extimacy (PAVEAU, 2020), that is, a validation of the self, of what the publishers edit of themselves through their life narratives.

**Keywords:** Publishers; Publishing Houses; Publishing itself.

## RESUMEN

---

En este artículo, presentaremos una breve historia editorial de las mujeres editoras invisibles en Argentina y Brasil, y destacaremos el papel simbólico que jugaron Ivana Jinkings (Brasil) y Constanza Brunet (Argentina), creadoras y gerentes de Boitempo Editorial (Brasil) y Marea Editorial (Argentina) se reflejan en el campo editorial progresista de hoy. Traemos esta discusión, sobre todo, para pensar en las mujeres que actúan en el mercado editorial, innumerables veces silenciadas, pues sabemos de una historia editorial que retrata, en su mayoría, la trayectoria de editores varones. Sin embargo, estos editores presentados aquí, por ejemplo, controlan las casas editoriales llamadas independientes y progresistas más grandes de estos países; editan y marcan diferentes posiciones en el "campo editorial" (BOURDIEU, 2004). A partir de entrevistas semiestructuradas con ellas y analizando su discurso autobiográfico, nuestra pregunta es: ¿qué proyectan estas mujeres sobre sí mismas en el sentido privado/público a través de sus narrativas y catálogos de sus editoriales? Creemos, a priori, que los productos editoriales finales son una de las facetas, una edición de sí mismo a través de un ethos institucional (AMOSSY; MAINGUENEAU, 2008), de extimidad (PAVEAU, 2020), es decir, una validación de sí mismo, de que los editores se editan a sí mismos a través de sus relatos de vida.

**Palabras Clave:** Editores; Editoriales; Editándote a ti mismo.

## 1 INTRODUÇÃO

O livro – entendido como publicações que tenham a intenção de fazer circular publicamente – até chegar em nossas mãos, está envolto a uma extensa cadeia editorial – autor, editor/a, preparador, diagramador, revisor, capista, designer, divulgador, isto é, por agentes e operações fundamentais para que as publicações sejam concretizadas. Tal trabalho parte dessa premissa, cujo papel central da cadeia editorial está na figura do/a

editor/a, entendida como mentor/a e gerenciador/a das casas editoriais.<sup>1</sup>

Nesse sentido, começaremos, então, as problematizações sobre o substantivo feminino “editora”<sup>2</sup>, que na língua portuguesa, diferentemente da espanhola (editorial/ editora) tem a mesma nomenclatura para a casa editorial propriamente dita (espaço físico), como também para a mulher (pessoa física), encarregada da função de publicar e gerenciar uma editora. No entanto, essa última significação pouco é direcionada às mulheres editoras, já que existe um apagamento relacionado a elas no histórico editorial no Brasil e na Argentina. Nos questionamos: quais foram as mulheres no cenário editorial que estavam à frente de suas casas editoriais? Quem são essas mulheres que levam publicações a um público diverso de leitores? Quem são essas editoras, mulheres, que se auto intitulam independentes? Para isso, recorreremos a um sucinto reflexo histórico-editorial dessas mulheres editoras na Argentina e no Brasil. Nossa intenção é de que possamos reunir alguns nomes e ser um pontapé para que, futuramente, essas editoras de hoje não sejam esquecidas, muito menos silenciadas.

Em seguida, iremos apresentar o papel simbólico que Ivana Jinkings (Brasil) e Constanza Brunet (Argentina), criadoras e gestoras da Boitempo Editorial (Brasil) e Marea Editorial (Argentina), assumem no campo editorial dito independente. Para isso, recorreremos a Bourdieu (2004) e outros pesquisadores que abordam a noção de independente no campo editorial. Ademais, em uma pesquisa de caráter interdisciplinar, entraremos nas postulações direcionadas ao discurso autobiográfico das editoras e a noção de catálogo editorial.

## 2 UM SOBREVÃO ENTRE AS MULHERES EDITORAS NO BRASIL

A história do livro e da edição no Brasil, imbricadas à história da imprensa, surge, como reflete Bragança (2005), pelos anos de 1747, com o primeiro impressor, Antonio Isidoro

---

1 Artigo desenvolvido com base em nossa pesquisa de doutorado intitulada: *Mulheres-editoras-independentes e as edições de si* (2022)

2 A pesquisadora Ana Elisa Ribeiro desenvolve alguns questionamentos em torno do campo semântico envolto ao signo editora no livro *Subnarradas: mulheres que editam* (2020), em consonância às nossas inquietações.

da Fonseca, patriarca da imprensa brasileira. Mais tarde, destacamos que a expansão do mercado editorial brasileiro está associada à vinda da Corte para o Rio, que passou a ser a capital federal e tornou-se o ponto de partida do nosso mercado livreiro. São Paulo, mais tarde, prosperou economicamente e fez com que o nicho editorial crescesse. Como é possível constatar, há um protagonismo editorial nas capitais paulista e fluminense.

De registro, temos o histórico do editor Paula Brito ter sido o primeiro a surgir no país. Assim, inferimos que a primeira mulher editora a surgir no Brasil foi a sua viúva, Rufina Rodrigues de Costa Brito, que, após assumir a tipografia, teve de renegociar dívidas e colocar em produção os livros nos prelos. Apesar de ser conhecida somente como viúva de Paula Brito, Rufina, depois da morte do marido, publicou diversas obras (GODOI, 2014). Diante dessa constatação, perpetua, ainda mais, as nossas indagações sobre o silenciamento dessas mulheres editoras no Brasil. Quantas viúvas, herdeiras, foram silenciadas na história do nosso território?

Conforme pesquisa de Ribeiro (2019), em um dos maiores livros sobre a história editorial do Brasil – O livro no Brasil –, de Laurence Hallewell (2005), observando o índice remissivo da obra, foi encontrado apenas uma recorrência da palavra editora. Já o uso da palavra editor era utilizado de incontáveis formas.

Em relação aos registros de mulheres editoras brasileiras, em seu sentido curatorial, a pesquisadora Ana Elisa Ribeiro, desde 2016, busca o registro dessas mulheres de nosso país, até então pouco discutidas e até mesmo invisibilizadas nos estudos editoriais. Intitulada “Mulheres que editam: um mapa preliminar no Brasil”, Ribeiro (2019) busca trazer visibilidade e protagonismo a essas mulheres que editam. No levantamento realizado pela pesquisadora, destacamos alguns nomes: Rose Marie Muraro e parceiras, no Rio de Janeiro, da Rosa dos Tempos, que colocaram a temática de gênero em seu catálogo, mas nem sempre em primeiro plano; Zahidé Muzart e parceiras, Elvira Sponholz e Susana Funck, que fundaram a editora Mulheres, em Florianópolis. Tal editora foi fundada em 1995, como aborda Correia e Silva (2019), todas professoras, especialistas em autoria feminina e vinculadas à linha de pesquisa “Mulher e Literatura” da Associação Nacional de

Pós-Graduação e Pesquisa em Letras e Linguística (ANPOLL). Por parte dessa editora, houve uma preocupação e o compromisso com o resgate de nomes femininos na literatura nacional e internacional, revelando o papel crucial da literatura como instrumento de promoção da igualdade de gênero. A casa editorial teve aproximadamente duas décadas de atividade, com mais de 90 títulos em sua criação. Após a morte de Zahidé Muzart, em 2015, a editora continua, mas sem o mesmo fôlego. A Editora Mulheres teve o seu destaque por ser precursora na temática de gênero no Brasil.

Contemporaneamente à Maria Mazarello (Mazza Edições, 1981), surgia em Salvador, em 1979, a editora Corrupio<sup>3</sup>, tendo como mentoras Arlete Soares e Rina Ângulo, que criaram a casa editorial para que as obras do pintor francês Pierre Verger ganhassem a versão em livro e estampasse retratos da Bahia com negros e negras. Como elas não encontraram nenhum editor/a que aceitassem essa proposta inusitada, acabaram fundando a editora Corrupio, que teve como endereço o local de estadia do pintor francês, no Alto do Corrupio – assim justifica o nome da editora. Em 40 anos de existência, a Corrupio lançou aproximadamente 67 obras, com uma abordagem em seu catálogo que contempla a literatura afro-brasileira, religião, fotografia, biografias.

Destacamos as editoras mulheres, mineiras, não necessariamente com publicações sobre mulheres ou sobre feminismo, mas que são editoras em seu sentido curatorial, como Rejane Dias, fundadora da Autêntica; Maria Antonieta Cunha, fundadora da Editora Miguilim, atualmente na editora Dimensão; Sônia Junqueira, também autora de livros infantis, que teve vasta experiência na editora Abril e, atualmente, na Autêntica, em Minas Gerais. Curiosamente, tanto Maria Antonieta Cunha quanto Sônia Junqueira iniciaram às suas atividades editoriais a partir da década de 1960 e 70, vinculadas às publicações infantis, traço comum de editoras mulheres com essa especificidade literária, ligadas a um imaginário da docência e da educação sobre o gênero. Destacamos a figura de Maria Mazarello, em Belo Horizonte, que fundou a Mazza Edições, a fim de publicar autores negros, ela mesma negra, em 1981.

---

3 A pesquisadora Gabriela Costa Limão (2020) desenvolveu a dissertação de Mestrado intitulada “*Querida editora, - A formação da Editora Corrupio na Salvador das décadas de 1970 e 1980*” sobre o papel da editora Corrupio na mediação e circulação de ideias no Brasil.

No contexto brasileiro, assinalamos uma das maiores editoras ditas de esquerda e com um vasto catálogo progressista idealizado e mantido, até hoje, por uma mulher editora, a paraense Ivana Jinkings, componente do *corpus* desta pesquisa, cujo perfil não é de ter uma casa editorial feminista, embora exerça uma prática feminista, com publicações dessa natureza, mas apenas nos últimos anos.

Recentemente, o jornalista Leonardo Marques Neto (2020) publicou o livro *100 nomes da edição no Brasil*, subdividido entre as especificidades temporais dos editores. Dentre essa subdivisão, selecionamos quantas e quem foram essas mulheres mencionadas. Entre os **pioneiros**: nenhuma mulher; nos **revolucionários**: Sônia Jardim e Vera Pacheco Jordão; nos **combatentes**: Rose Marie Muraro (já mencionada anteriormente); nos da **redemocratização**: Anna Rennhack, Maristela Petrili e Betty Fromer; nos **contemporâneos**: Camila Perlingeiro, Cilene Vieira, Cristina Fernandes Warth, Flávia Foulart Rosa, Florencia Ferrari, Isa Pessoa, Karine Gonçalves Pansa, Luciana Villas-Boas, Maria Amélia Mello, Mariana Rolier, Martha Ribas, Miriam Gabbai, Rejane Dias, Sandra Espilotro e Vivian Myler; **o futuro da edição**: Isabel Lopes Coelho e Larissa Caldin. Como foi colocado na subdivisão desses nomes, houve um recorte temporal, mas muitas editoras foram esquecidas ou até mesmo invisibilizadas dessa seleção. Grandes nomes de mulheres, mencionadas anteriormente em nosso recorte, não constaram no livro. A partir do recorte temporal mais recente, os contemporâneos, que começamos a ter mais entradas com as editoras mulheres. Dos 100 nomes da edição brasileira, apenas 23 nomes foram selados por mulheres. Esse dado muito nos diz sobre como caminhamos os nossos estudos e registros editoriais.

### 3. O PROTAGONISMO ATUAL DAS MULHERES EDITORAS NA ARGENTINA

Sobre a edição argentina, foi realizado um panorama editorial por meio de um recorte temporal – fim dos anos setenta até os anos 2000 – a partir dos estudos de José Luis de Diego (2019). Antes dessa época, a Argentina passou por uma “época de ouro”, em

um período de 1938 a 1953. A causa dessa efervescência argentina foi a Guerra Civil espanhola, que possibilitou ao país ser o principal provedor de livros em espanhol. No entanto, mais tarde, houve uma brutal caída das exportações, devido à recuperação da indústria espanhola. Assim, o mercado editorial argentino passou a se preocupar com o próprio mercado interno e também em publicar autores argentinos. Essa também foi a época de a narrativa latino-americana representar um salto na internacionalização da literatura em nosso continente (DE DIEGO, 2019).

Outro fato marcante na história editorial argentina foi o período da Ditadura Militar, especialmente em 1976, que marcou o fim dessa época de ouro. Como no Brasil, a repressão contra os intelectuais, escritores, editores/as desencadeou exílios por boa parte dessa intelectualidade. Com a abertura democrática, houve um crescente aumento de autores argentinos sendo publicados. Mas nessa época, por volta de 1983, enquanto a situação política e cultural tendia a melhorar significativamente, a crise econômica se acentuava: “Uma inflación descontrolada; la ausencia de una Ley del Libro que regulara y protegiera a la industria; el alto costo de los créditos, que imposibilitaba la inversión en la modernización de las empresas” (DE DIEGO, 2020, p. 187).

Outro período em destaque ressaltado pelo pesquisador foram os anos 90, com a consolidação da democracia, e no âmbito editorial, trouxe a abertura ao mercado externo, a privatização de empresas estatais – traço também característico no Brasil, na mesma época –, que trouxe como proprietários das editoras, acionistas de empresas petroleiras, de comunicação, e com isso, a indústria do livro não ficou de fora da ânsia dos investidores externos. Dessa forma, a concentração do mercado editorial em poucos grupos foi distintiva e característica dos anos 90 na Argentina. Também é próprio dessa época o fenômeno das editoras independentes, que movimentam numerosos empreendimentos editoriais, de característica pequena, que tem encontrado, na especialização de seus catálogos, as razões para seu nascimento e sobrevivência concebidos como “projetos culturais” (BOTTO, 2014).



Nesse panorama da edição argentina, mais uma vez as mulheres estavam apagadas. Tendo em vista essa lacuna, a pesquisadora argentina Szpilbarg (2018) questiona sobre as inúmeras postulações que podem ser feitas no histórico argentino sobre mulheres na edição: existiria uma história feminista da edição ou história da edição feminista? História das editoras feministas ou história das editoras? Nesse sentido, destacaremos o nosso ponto de partida: mulheres editoras que publicavam livros, não necessariamente livros sobre feminismo/s, mas que estavam à frente de suas casas editoriais.

Como ressaltou a pesquisadora, as editoras mulheres existiram desde muitos anos, mas não visíveis, tal como: Ana María Cabanellas, Gloria Rodríguez, Kuki Miler, Trini Vergara, Adriana Hidalgo, Adriana Astutti y Sandra Contreras e, mais recentemente, Beatriz Viterbo, são somente alguns exemplos da década de 70. Szpilbarg (2018) ressalta, ainda, um outro movimento que surge, sobretudo, em Buenos Aires, de temáticas em feiras e outros ciclos de leituras em que se apostam nas mulheres: editoras, poetisas, escritoras. Com esses círculos, evidencia-se um desejo crescente de pôr em circulação e dar visibilidade a essas mulheres, silenciadas por tanto tempo. Szpilbarg (2018) se recorda de uma publicação pela qual trabalhava com entrevistas a editores/as. Nessa publicação, apenas duas mulheres apareceram: Ana Cabanellas, cuja editora de publicações jurídicas foi herdada pelo seu pai – a editora Atalaya; e Trinidad Vergara<sup>4</sup>, que também herdou de seu pai a editora Javier Vergara Editor. O que essas duas editoras têm em comum foi o fato de que aprenderam o ofício muito mais com as próprias mães do que com os próprios pais, que ganhavam a fama e o reconhecimento. Essas mulheres eram a alma das editoras. Com esses exemplos, a pesquisadora já nos indica o modo patriarcal pelo qual as mulheres estavam imersas na história da edição – e digamos, de uma forma mundial. Essas mulheres tiveram um papel invisível, muitas vezes, marcando uma divisão de trabalho desigual.

Atualmente, outras questões e outros marcos podem ser suscitados diante desse contexto opressor às mulheres no cenário editorial. Entre as mulheres que fazem história,

---

4 A editora Trinidad Vergara, apesar dos 10 anos trabalhando na editora dos pais, decidiu, em 1995, juntamente com Lidia María Riba, abrir a sua própria editora, a V&R, que tem escritórios também no Brasil. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2016/11/09/sobre-a-dor-e-a-delicia-de-ser-uma-editora>>. Acesso em: 14 ago. 2020.



atualmente, no contexto argentino, Szpilbarg (2018) destaca: Gloria Rodríguez, referência internacional; Ana Maria Cabanellas, que chegou a ser presidenta da Câmara Argentina do Livro; Trinidad Vergara, recentemente eleita a presidenta da Câmara Argentina de Publicações; Leonora Djament e Constanza Brunet, nossa entrevistada, que ganhou o prêmio de melhor editora em 2010.

A pesquisadora Szpilbarg (2018) entrevistou várias dessas editoras e encontrou uma resposta comum a todas elas: a falta... de temas, de modalidades editoriais, de focos editoriais que iam ao encontro de suas ideias. Em comum existe o desejo de intervir, dar voz e falar em público por meio dos livros. Em contraste com muitas publicações brasileiras, percebe-se na Argentina uma maior incidência de títulos que abordam as discussões sobre a maternidade, a paternidade, a legalização do aborto, a diversidade sexual, a identidade de gênero, a prostituição, a violência de gênero ou a diversidade corporal. Existem publicações brasileiras incorporadas a essas questões, mas o foco e a situação política argentina corroboram a uma massificação de outros objetos editoriais possam vir a ser publicados de forma mais acessível, relacionando-se a essas temáticas. Prova disso são inúmeras obras já traduzidas do francês, alemão, pela editora independente feminista *hekht libros*, que são considerados clássicos para o pensamento feminista eurocêntrico e nem sequer foram traduzidos à língua portuguesa.

Szpilbarg (2018) ressalta que, embora não sejam do campo editorial independente, nomes como Leonora Djamente, Mercedes Guiraldes, Paula Pérez Alonso, foram atuantes na escolha de catálogos de diversas editoras. “Entre las editoriales que surgieron luego del 2000, podemos encontrar a Entropía, Hekht, Excursiones, La Mariposa y la Iguana, El Octavo Loco, Rosa Iceberg, Marea, Paisanita, Pequeño Editor” (p.19). No caso da Marea Editorial, ela está comandada pela nossa entrevistada, Constanza Brunet, que reflete essas questões suscitadas pela pesquisadora argentina.

Tendo em vista esse breve panorama sobre a edição de livros comandada por mulheres editoras no contexto brasileiro e argentino, passamos às concepções sobre o campo editorial independente e, em seguida, a descrição das editoras que marcam

diferentes posições no mercado editorial desses países.

#### 4. O CAMPO EDITORIAL

Entendemos a edição como uma “pluralidade de campos”, como reflete Thompson (2013, p. 10). Tal conceito, cunhado por Bourdieu (2004), nos conduz a um espaço estruturado por posições sociais, “ocupados por agentes e organizações e no qual a posição de qualquer agente ou organização depende do tipo e da quantidade de recursos ou ‘capital’ que elas têm à sua disposição” (THOMPSON, 2013, p. 10). Nesse sentido, o espaço que denominamos edição está voltado às práticas articuladas em várias esferas e disputas ideológicas, com materialidades estratégicas específicas: seus produtos editoriais. Nas palavras de Muniz Jr. “é possível tomar a edição como lugar de amplificação e legitimação das vozes de diferentes espaços sociais, mas que nesse entrecruzamento forja uma voz própria e adquire uma identidade para além dos interesses dos campos conexos” (MUNIZ JR. 2015, p. 3).

Em consonância às questões postuladas pelos pesquisadores, reforçamos as quatro maneiras de compreender o mundo editorial, exploradas por Thompson (2013), com o auxílio do conceito de campo. São elas: i) o entendimento de que o mundo editorial não é único, é plural, já que existe, como exemplo: campo de publicações acadêmicas; campo de livros de artistas; campo de livros didáticos, dentre tantos outros; ii) o caráter *relacional* dos campos: as relações baseiam-se nas trocas entre agentes e outras organizações. Caso haja alguma mudança em algum grupo ou agente editorial, por exemplo, essa ação irá afetar diferentes grupos. Por isso, a ideia de que “as ações de qualquer agente ou organização em particular são sempre partes de um todo maior, um sistema” (THOMPSON, 2013. p. 10); iii) o *capital* que cada agente ou organização possui: pode-se considerar cinco recursos importantes inerentes aos campos:

*Capital econômico*: recursos financeiros acumulados ou a reserva que as editoras teriam para injetar na casa editorial;

*Capital humano*: o pessoal empregado pela editora e as suas habilidades, conhecimentos relacionados ao trabalho editorial;

Capital social: redes de contato e as relações que a editora possui e construiu ao longo do tempo. Aprovação do trabalho da editora pela mídia, divulgação, contato com a imprensa e com escritores.

*Capital intelectual*: os direitos de conteúdo intelectual que uma editora possui e controla, certificação com autores e agentes;

*Capital simbólico*: prestígio acumulado da editora em seu espaço editorial. (THOMPSON, 2013, p. 17)

iv) a “lógica do campo” (THOMPSON, 2013, p. 17), caracterizada por um conjunto de fatores que legitimam a presença de determinados autores, agentes, entre outros, que podem participar do campo.

Sabemos que, em cada campo, sobrepuja-se um capital específico; e pensando no campo editorial, não existe um capital específico em destaque, mas muitos em jogo. Diferentes espaços sociais extraem diferentes lógicas de funcionamento, que convergem e confluem vários campos diferentes. Mas o editor/a não pode ser reduzido a um ideal coletivo, e sim com as especificidades que caminham nesse campo: com trajetórias distintas, como iremos apontar nas narrativas das editoras, nas escolhas de catálogos, de postura, de posicionamento.

Dessa forma, paralelamente ao trabalho do editor/a, outras reverberações vão surgindo em meio ao seu ofício: prêmios literários, eventos de divulgação das obras, tudo isso faz com que a figura do editor/a fuja da ideia comum de que deve pertencer a um determinado campo, mas ele pode e deve circular por diversos espaços sociais (econômico, humano...). A seguir, trazemos o contexto pelo qual estão inseridas as editoras escolhidas para este estudo e as concepções de “independente” que perpassam nossas escolhas.

## 5. O CONTEXTO EDITORIAL “INDEPENDENTE”

As editoras selecionadas – Ivana Jinkings – Boitempo Editorial (Brasil) e Constanza Brunet – Marea Editorial (Argentina) - são reconhecidas pela especificidade na produção e difusão literária, e isso se deve ao fato, sobretudo, de serem mulheres em uma posição de criadoras de suas casas editoriais, como já mencionado, e pela representatividade

que a Argentina e o Brasil assumem no contexto editorial – embora existam contrastes significativos editorialmente nesses países (cultura, língua, investimentos), é necessário situarmos o papel de difusão de obras, autores, editores, que se tornaram legitimados em todo mundo nesses lugares. Certamente, essas editoras buscam que as publicações de suas editoras possam chegar em outros territórios, não apenas para os lugares de origem. Ademais, o critério de interculturalidade, como intercâmbio cultural entre as sociedades, prevalecendo a diversidade entre eles, sustenta a justificativa para essas escolhas.

As metrópoles escolhidas geograficamente, Buenos Aires e São Paulo, representadas pelas editoras independentes, *corpus* desta pesquisa, se tornaram centros irradiadores no cenário editorial.

Apesar dos confrontos existentes entre Brasil e Argentina, são distintas as formas como as suas histórias foram sendo constituídas, já que, segundo Fausto e Devoto (2004, p. 20), “a história de cada um dos países esteve muito mais ligada aos centros políticos e econômicos do Ocidente que entre si”. Buenos Aires, conforme afirma Muniz Jr. (2016), equivale a cerca de um terço do contingente total argentino. Essa concentração se deve à constituição histórica do país. Na capital argentina, há uma concentração de empresas e instituições culturais, com instâncias de difusão e de consagração. Como reflete o pesquisador, reiteramos o papel de Buenos Aires como uma capital editorial, já que desde o século XIX ao XX, ela tem aproximado as tendências editoriais ao padrão europeu e ao mercado de língua espanhola. Reiteramos a desproporcionalidade da capital em relação ao restante do país, que passa a ocupar aproximadamente 90% da produção editorial.

O termo usado por Muniz Jr., “capitais editoriais”, vem ao encontro do que compreendemos como o funcionamento desses espaços editoriais, pois entendemos que tais escolhas – Buenos Aires e São Paulo – ocupam capitais simbólicos expressivos em um cenário de publicações para mulheres, editoras, independentes – é claro que a concentração editorial brasileira ainda está em São Paulo e Rio de Janeiro, por isso ressaltamos que, nessas capitais editoriais elencadas na pesquisa, existem pesos diferentes.

Com relação ao Brasil, o nosso lugar de enunciação, destacamos que a expansão do seu mercado editorial está associada à vinda da Corte para o Rio, que, mais tarde, passou a ser a capital federal e tornou-se o ponto de partida do nosso mercado livreiro. São Paulo, mais tarde, prosperou economicamente e fez com que o campo editorial crescesse. Como é possível constatar, há um protagonismo editorial nas capitais paulista e fluminense.

Em relação à adjetivação “independente” sobre o campo editorial, Noorda (2019) desenvolveu uma pesquisa com trinta e três editoras americanas que se auto intitulavam independentes, e os meta-temas que surgiram em meio às entrevistas: tamanho das casas editoriais independentes, geralmente adjetivadas como pequenas; paixão que move o sentido vocacional da profissão; os relacionamentos “saudáveis” entre editor-autor-leitor; qualidade das publicações; diversidade, ou melhor, a bibliodiversidade; localização e comunidade geográfica; meio ambiente; responsabilidade social / política; desvantagens; capital cultural; capital social e curadoria. Como esses exemplos, a pesquisadora se pergunta: essas afirmações são verdadeiras? Os editores/as independentes são realmente mais focados em relacionamentos, diversidade e comunidades locais do que os gigantes corporativos? Entendendo que as declarações de missão são peças retóricas e comunicativas que revelam como os editores gostariam de ser retratados (e não necessariamente refletem o que são), a pesquisadora coloca como ponto de reflexão sobre qual a precisão dessas declarações de missão dadas pelas editoras, em um esforço para entender melhor o discurso *independente* dos editores/as.

Em termos de editora independente versus empresa, a pesquisadora nos faz refletir que pode ser mais produtivo pensar nesses termos em um *continuum*, em vez de tudo ou nada: *independente* tem sido usado como um termo genérico para descrever, na maioria das vezes, editores/as que não pertencem a conglomerados, mas isso deixa os editores/as *corporativos* como uma categoria, sem distinguir as diferenças de autonomia e de independência existentes no relacionamento corporativo (NOORDA, 2019).

Além disso, vemos termos como independente e pequeno sendo usados como vocabulário carregado positivamente, justaposto às conotações negativas e insensíveis que

acompanham empresas. No entanto, a suposição de que “pequenez ou independência é melhor, ou pior, do que grandeza ou 'corporatividade' é uma simplificação excessiva<sup>5</sup>”. Dessa forma, existem dados para apoiar que editores/as independentes não são tão diferentes de seus colegas corporativos quanto desejam se retratar. No entanto, devido às conotações positivas de ser pequeno, economicamente autônomo, local, focado no relacionamento e apoiar autores ainda não representativos e locais, o independente se torna um elemento básico no discurso do editor/a para diferenciar a si mesmo e as suas ofertas de produtos dos editores corporativos que dominam a participação no mercado: a indústria (NOORDA, 2019).

Nesse sentido, uma filosofia específica é central para a moeda social e cultural que o termo independente fornece. Essa filosofia enfatiza localidade, diversidade, relacionamentos, parceria e emoção. No entanto, por que tudo isso seriam qualidades desejáveis para uma editora no século XXI? A resposta indicada seria o capital social – como evidenciado pela economia de favores para editores/as independentes – e autonomia – conceitos centrais para essa projeção de “boa editora independente”. Com essas conceituações em torno do independente, caminhamos para a postura de que o discurso do editor/a relacionado ao termo independente revela mais sobre suas projeções *ethóticas*, sobre seus interesses, preocupações e desejos de leitores e autores do que sobre o seu “real” trabalho. Assim, entender a dimensão discursiva que essas editoras projetam parece ser o caminho para tentarmos entender a independência em Ivana Jinkings e em Constanza Brunet.

## 6. O DISCURSO DAS EDITORAS: O *ETHOS* E A EXTIMIDADE

O que o discurso das editoras revela de seu posicionamento editorial? Até que ponto o *ethos* discursivo mostrado é o mesmo que o dito? Como, finalmente, os discursos das editoras se cruzam com os de outros agentes do campo? Qual a natureza desse

---

5 Tradução nossa para: “smallness or independence are better, or worse, than largeness or ‘corporateness’”. Em referência a Simon, McCarthy e Hall. “Editorial Vision and the Role of the Independent Publisher.” (NOORDA, 2019, s/p apud SIMON, MCCARTHY; HALL, 2009). A History of the Book in America 5 (2009): 210–22. Disponível em: <<https://www.erudit.org/en/journals/memoires/2019-v10-n2-memoires04677/1060971ar/>>. Acesso em: 27 jul. 2020.

fazer editorial? Que especificidades têm os seus discursos? Tendo em vista esses questionamentos e onde estamos inseridas, em uma pesquisa interdisciplinar na área de Letras, com foco em Análise do Discurso e Edição, partimos para um aparelho intelectual que possa abarcar essas duas grandes áreas que compõem nosso conhecimento.

Nas narrativas com essas mulheres editoras, iremos nos deparar com diferentes tipos de narradoras: militantes, irônicas, intelectuais, aquelas que tomam a palavra, ou que se deixam levar pela narrativa. Mas o que mais nos instiga é pensar o ser humano como narrador de si mesmo, e mais do que isso, narrador de outros, marcador de uma época e por deixar algo de si. Nesse sentido, propomos a noção de edição de si, que perpassa as lembranças de uma vida trazidas pela linguagem, que se imbricam no que pode ter sido vivido ou não, apenas escutado ou lido, inserindo-as em uma marcação social e histórica de sua época.

Isso nos instiga pelo fato de que não contamos sempre a mesma história, ainda que evoquemos os mesmos acontecimentos: cada vez, a situação de enunciação, o gênero discursivo escolhido e o outro, o interlocutor, vai impor uma forma de relato que é, justamente, o que fará sentido. Por isso, na dinâmica do narrar, entre o pessoal e o coletivo, a tentativa de se nomear aquilo que se vê, a possibilidade e a impossibilidade da transmissão, de dar conta da própria experiência, se transforma em narrativas e em “múltiplas faces do dizer”, como já nos demonstra a pesquisadora Ida Lucia Machado (2016).

Acreditamos, a priori, que os produtos editoriais finais são uma das facetas, uma edição de si por meio de um *ethos* institucional, da *extimidade* (validação de si), daquilo que as editoras editam de si mesmas por meio de suas narrativas de vida.

## **6.1 Ethos**

Tomamos a noção de *ethos* a partir da retórica tradicional como a forma reveladora que o sujeito incorpora e se revela por meio da enunciação. É sob essa perspectiva que caminha o analista do discurso Maingueneau (2008), e pondera que, apesar de o *ethos* estar ligado fortemente ao ato de enunciação, ele existe antes mesmo que o enunciador



fale. Assim, há o *ethos* discursivo e o *ethos pré-discursivo*.

## 6.2 Extimidade

A noção de extimidade se sobressai na internet, nas redes sociais digitais, sendo trazida pela analista do discurso Marie-Anne Paveau (2020) no âmbito discursivo. A *extimité* é um neologismo em língua francesa ligado à "exterização da intimidade" (PAVEAU, 2020, p.) pelos internautas. Dessa forma, a partir de Serge Tisseron (2011), que a define como um processo em que os "fragmentos do eu íntimo são oferecidos ao olhar dos outros antes de serem validados" (PAVEAU, 2020, s/p. apud TISSERON, 2011, p.84), não deve ser colocado como o contrário de intimidade, mas visando a "obter uma validação por parte do outro, solicitando seu reconhecimento" (PAVEAU, 2020, s/p. apud GRANJON, 2012). É por isso que utilizamos este conceito ao trazer recortes dos sites das casas editoriais e dos perfis biográficos das editoras independentes que fazem da extimidade uma prática de se expor e da divulgação de si e das casas editoriais, "destinada a consolidar e a apropriar-se de sua imagem, bem como aumentar seu capital social" (PAVEAU, 2020, s/p. apud CASILLI, 2013, s/p.).

Por fim, trazemos a concepção do catálogo editorial como instrumento potente para se analisar as projeções dessas editoras e as suas marcações e posições no campo editorial dito independente.

## 7. O CATÁLOGO EDITORIAL

Dentre os diversos instrumentos para historiografia da edição, o catálogo, muitas vezes, é pouco debruçado ou é feita uma análise descritiva, bem superficial, em torno das produções que essa fonte de estudos pode trazer. Uma das recentes pesquisas que reforçam o potencial sobre o catálogo editorial foi feita pela pesquisadora Marina Garone (2020) sobre utilizá-lo como fonte primária, que pode oferecer importantes informações sobre aspectos materiais e imateriais de uma editora, permitindo preciosos levantamentos, direcionando-os aos elementos quantitativos e qualitativos de um

determinado selo.

Em um mesmo catálogo, Garone (2020) aponta marcações de tradição e de modernidade visíveis na história de uma editora. Esse marcador de tradição é materializado em um catálogo, por exemplo, quando é exposto o organizador de uma coleção ou é informado de que uma obra obteve determinado prêmio. Os catálogos também podem estar vinculados aos temas geográficos e linguísticos, identificando a “internacionalidade” ou a “nacionalidade” que tem em um selo (GARONE, 2020, s/p).

Pensando no papel mais abrangente de um catálogo, eles se enquadram em um substrato político da oferta cultural: “los libros ofertados, organizados, presentados y promovidos no están ‘flotando en la nada’ sino que están dentro de un tejido de relaciones sociales y comerciales específicos<sup>6</sup>”. Isso acontece pelo fato de o editor/a ocupar no campo diversos espaços e refletir sobre o catálogo esses fatores externos, como a mídia e a crítica. Garone (2020) ainda ressalta que documentos e discursos desses agentes (mídia e crítica, por exemplo), podem ser utilizados pelo próprio editor/a na elaboração de seu catálogo. Assim, em um catálogo podem ser destacados conteúdos produzidos pelo próprio editor/a, como também podem estar impregnados de paratextos<sup>7</sup> dessas mídias externas, como dados biográficos do autor que se destina a promover (GARONE, 2020).

Dentre o leque de possibilidades que os catálogos têm, ressaltamos que as suas características formais e textuais os distinguem de qualquer outro gênero editorial. Nos referimos aos aspectos materiais, já que o projeto gráfico reflete um maior cuidado de acabamento, apresentação com imagens em quatro cores (geralmente), com um *layout* da página com muitos paratextos e uma utilização adequada da diagramação hierárquica.

6 Tradução nossa para: “os livros oferecidos, organizados, apresentados e promovidos não ‘flutuam no nada’, mas estão dentro um tecido de relações sociais e comerciais específicas”. (GARONE, 2020, s/p).

7 Genette (2009) define paratexto como uma estrutura que envolve o texto, de forma a ganhar mais sentido e mais leitores. Estes elementos são denominados paratextos: título, subtítulos, intertítulos; prefácios, preâmbulos, apresentação, etc.; notas marginais, de rodapé, de fim; epígrafes; ilustrações; dedicatórias, tira, jaqueta [cobertura], e vários outros tipos de sinais acessórios, [...], que propiciam ao texto um encontro (variável) e às vezes um comentário, oficial ou oficioso, do qual o leitor mais purista e o menos inclinado à erudição externa nem sempre pode dispor tão facilmente quanto ele gostaria e pretende. (GENETTE, 2009, p. 11)

Há, sobretudo, organização informativa. Por esses cuidados informativos e estéticos, a conclusão de que chegou à pesquisadora Garone (2020) e reiterada por nós é de que o catálogo é uma fonte primária para o estudo e publicação de livros, já que nos propicia uma análise da evolução literária de uma editora, de um efeito das circulações de ideias pelas quais perpassam determinadas épocas. As estratégias discursivas e semióticas utilizadas na confecção dos catálogos também podem nos dizer sobre os efeitos de recepção para atingir determinados leitores. Acompanhar e não só descrever o catálogo pode nos trazer abordagens muito mais amplas, identitárias, práticas e dinâmicas de determinadas editoras.

Algumas caracterizações também são feitas por Hernán López Winne e Víctor Malumián sobre os independentes no âmbito do catálogo: “tiene que estar marcado por la calidad pero sin descuidar el retorno” (2016, p. 4). A busca desse equilíbrio é o que pode ter êxito no mercado editorial. Por meio dos livros e das escolhas que editores/as fazem de suas produções, observamos um processo de composição de uma narrativa, de uma história, que ao longo do tempo formam uma identidade de sua forma e de sua casa editorial. Por isso, ressaltamos o catálogo das editoras como uma das entradas dessa forma de narrar – apontando a identificação do catálogo como uma das projeções dessas editoras, uma das facetas dessas identidades.

Assim, percebe-se, *a priori*, que cada livro publicado é como uma trama, e cada escolha tem o seu posicionamento político imbricado. Os livros publicados em catálogos que estão em consonância a um projeto cultural tendem a mover algumas estruturas sociais. Dessa forma, editores/as vão articulando temáticas diversas que se materializam nos livros, oferecendo uma criação própria. Pontuamos a afirmação de Roberto Calasso (2020), que define a edição como um trabalho literário em si: “o editor escreve, com os livros que publica, seu mais importante livro, seu catálogo editorial”. Para ele, o catálogo é a autobiografia de um editor/a. Reiteramos a nossa postura de tomar essa afirmação extremamente arriscada, já que o catálogo é muito mais complexo e nem sempre é feito de projeções do próprio editor/a. Por isso, iremos nos ancorar nas noções discursivas, inscritas no e pelo discurso como forma de se avaliar, também, os catálogos editoriais.

Nosso questionamento se atrela a esta questão: de que forma os editores/as se projetam por meio dos catálogos de suas editoras? Nossa hipótese é a de que o editor/a, como uma figura pública que se apresenta como singular no processo de produção editorial, projeta suas facetas, sua identidade, o seu *ethos* discursivo por meio dos catálogos de sua editora, que constrói e emite seus efeitos no mercado de bens simbólicos. Nesses mesmos catálogos, há de certa forma uma defesa de seus gostos literários e a busca pela consistência das obras de suas editoras, mas que nem sempre se constata. Assim, em alguns momentos pode ser projetado como uma viagem de ida e de volta entre as predileções e as vivências dos editores/as; e em outros momentos, um desalinho com as suas vocações e ambições de vida. Tal perspectiva será colocada em cheque ao alinharmos as entrevistas realizadas com as editoras e o que de fato está sendo publicado em suas casas editoriais.

Nessa perspectiva de unir essas subjetividades em torno dos catálogos, em nossas análises pretendemos associar essas vivências com as materialidades que foram contruídas, culminando com o estágio atual de suas vidas e na manifestação do catálogo como as suas reinscrições de vida.

Dessa forma, iremos abordar, em seguida, o nosso corpus, tentando abordar cada um desses aparato teórico-metodológicos para se pensar nessa *edição de si* realizada pelas editoras Ivana Jinkings e Constanza Brunet.

## **7.1 Constanza Brunet – Marea Editorial**

### ***Breve histórico de Constanza Brunet***

Tendo em vista o contraste argentino frente ao brasileiro, embora próximos geograficamente, mas com diferenças históricas significativas, a editora independente escolhida foi Constanza Brunet, da Marea Editorial, que tem em seu discurso uma vertente fortemente atrelada às ideias marxistas e leninistas, de apoio a movimentos sociais feministas e LGBTQIs, que são ressaltados no catálogo de sua editora. Com formação

em Jornalismo e Ciências Políticas, a argentina Constanza Brunet sempre se dedicou ao jornalismo gráfico e, antes de criar a sua própria editora, começou a trabalhar com edição de livros. Deslumbrada com o ofício, criou a Marea Editorial em 2003, com publicação, de início, de jornalistas argentinos de prestígio, livros de não-ficção e ensaios. A editora já recebeu prêmios de colegas livreiros que apreciam os livros de sua casa editorial. Afirma que é um trabalho bastante solitário, pequeno e de um lugar muito artesanal, no qual se destacam a qualidade das edições, o compromisso ideológico e os valores com os temas da realidade, dos direitos humanos e da democracia.

## **7.2 A criação da Marea Editorial**

Pela sua formação diversa, com distintos estudos, Constanza tem em sua editora uma linha editorial que reflete essa diversidade. Ela se distingue de outras pequenas editoras independentes, pois não começou a publicar textos literários, poesia, o que normalmente essas editoras costumam se dedicar, ou seja, com livros de maior impacto. Constanza buscou, desde o início, publicar livros sobre Jornalismo, que era praticamente inexistente, à época.

A jornalista, cientista política e editora entendia que havia um nicho de mercado a se debruçar no início dos anos 2000 na Argentina: o livro jornalístico, não o de auto impacto, não o livro do momento, mas um livro mais durável, que tomam o Jornalismo como parte da cultura. Portanto, foi pensada uma linha editorial com muitas ideias, atreladas aos Direitos Humanos, aos direitos das minorias. Há quase quinze anos de fundação da Marea Editorial, Constanza já se inscrevia no Feminismo, mas obviamente, não tinha o fervor e o protagonismo como de agora, mas ressalta que em sua segunda publicação, o tema foi o de gênero, com o título *La historia de la sexualidad en Argentina*. Na época, com bastante resistência pela sociedade, o tema já era de relevância para a editora, e havia pouco material no momento sobre a temática. Este livro teve muitas edições, com tiragem de 3000 exemplares e em 2010 foi feita uma reedição, quando saiu o matrimônio igualitário e cujo autor foi muito ativo às seções no congresso com o livro em suas mãos, lendo partes

para conseguir a reivindicação.

### **7.3 O catálogo atual da Marea Editorial**

O catálogo da editora está formado por cinco coleções que abordam gêneros de investigação jornalística, relato histórico, ensaio, narrativa e crônica. A maioria dos seus autores são jornalistas ou investigadores argentinos. Curiosamente, Buenos Aires tem grande parte de suas casas editoriais gerenciadas por mulheres<sup>8</sup>. Assim, Constanza se uniu a outras editoras para que, juntas, pudessem ir a feiras e contribuir com a distribuição de livros em outros países. Constanza também atende às publicações que abordam fatos históricos, sobretudo da história da Argentina, e temas que se relacionam a um posicionamento de esquerda. Por isso, os livros não ficcionais são os que mais vendem, segunda ela, muito a surpreendeu a vendagem desse nicho de mercado jornalístico.

Com a crise argentina, as tiragens reduziram muito, a Marea Editorial tem uma tiragem média de 2000 exemplares por livro – nessa época de crise, o número é menor –. É feita em impressão *offset* e, às vezes, para algumas reimpressões, em quantia menor, usando o digital.

### **7.4 A distribuição da Marea Editorial**

Para a distribuição de livros, Constanza, em parceria com outros membros de sua família, tem uma distribuidora de livros, que foi um grande avanço para Marea, já que não tinham distribuidores e faziam isso de forma muito artesanal. Os livros ficavam na garagem de sua casa, era um trabalho dificultoso e hoje eles podem ter uma instrução que é próprio, e uma equipe profissional que distribui em toda Argentina. É claro que a distribuição é difícil, pois chegam livros de vários grupos, de multinacionais em todas as livrarias de seu país. Comenta a dificuldade de chegar em território internacional, embora com muitos falantes de língua castelhana. É difícil o trâmite dos livros, ter clientes, difícil pagar e até mesmo a

---

8 Digena, D. (2016). Editoras de libros: un terreno donde ellas son más y están dejando huella [Web Page]. Retrieved from <https://www.lanacion.com.ar/cultura/editoras-de-libros-un-terreno-donde-ellas-son-mas-y-estan-dejando-huella-nid1877720>

circulação passa a ser dificultosa. Pelo fato de a Marea publicar temas especificamente argentinos, existe uma certa barreira para que esses títulos cheguem a outros territórios. Existem algumas traduções, alguns temas mais globais, mas ainda assim, é difícil adentrar a outros lugares.

Constanza é membro da Alianza Internacional de Editoras Independientes, e reforça a relação que se firmam em condições solidárias entre editores. Uma das medidas feitas é de que um mesmo livro pode não ter editores distintos, pois estão em uma mesma língua. Os editores compartilham os custos, tanto de Direitos quanto de tradução – quando existem – cada um faz o projeto gráfico específico, mas cada editor trabalha com este livro em seu próprio mercado, pois o custo de envio para outros países, por exemplo, seria muito maior.

Além disso, a participação da Marea editorial em feiras de publicações é constante. Geralmente, feiras nacionais, locais, a editora costuma ir individualmente, mas outras feiras maiores, como a de Frankfurt e de Guadalajara, o posicionamento da Marea é de se unir à câmara de livros ou outras casas editoriais para dividir os custos.

Outro fator importante a se destacar no contexto argentino e francês é o impedimento da chegada da Amazon nesses países. Embora exista uma facilidade com a compra, o recebimento e a distribuição desses livros, sabemos da operação robótica, assistida por algoritmos e de difícil competição pelo valor tributário atribuído ao livro. No caso do Brasil, o esquema de consignação que é feito da editora com os livreiros costuma ter um efeito negativo, já que existe uma dificuldade, de forma geral, ao fazer os pagamentos. No entanto, no caso da Constanza, como ela e sua família gerenciam uma distribuidora, esse problema final na cadeia não é o maior dificultador à Marea editorial.

### **7.5 Quem somos – Marea Editorial**

Somos una editorial independiente argentina que desde hace quince años publica títulos de no ficción de calidad: crónica, ensayo, investigaciones, testimonios, biografías, libros políticos y sociales, historia, periodismo, actualidad.

Nuestras publicaciones se agrupan en seis colecciones:

Historia Urgente (periodismo e historia reciente),



Pasado Imperfecto (historia argentina),  
Náufragos (literatura),  
Vox Populi (ensayo),  
Narrativa (novela basada en hechos reales),  
Ficciones Reales (crónicas).

‘Su producción se destaca por el compromiso con la realidad. Su preocupación por la ecología, la ciencia, la tolerancia, la libertad de expresión, los derechos humanos, la memoria, la justicia. Cada uno de sus libros encierra una apuesta más o menos evidente de contribuir, de alguna manera, a un mundo mejor’.

De los fundamentos del premio a editor del año 2010 otorgado por la CAPLA, cámara que agrupa a los librerías, y por la Fundación el Libro.

Nesse texto de apresentação, a Marea Editorial já se coloca no seu lugar enunciativo marcado por ser uma editora independente. Mantém a sua raiz geográfica, dizendo de onde vem, aliás, fato importante para as coleções específicas, como História Urgente, que ressalta o histórico político da Argentina. Também ressalta a voz da credibilidade e de legitimação, ao enfatizar o prêmio recebido pela editora como reconhecimento de bons serviços publicados. Aliado a essas adjetivações, continua em seu foco discursivo o âmbito ético, de compromisso ressaltado enunciativamente. Signos-sintomas como tolerância, liberdade de expressão, direitos humanos, e também justiça invocam a proposta ideológica de um fazer editorial independente pela Marea Editorial. A projeção enunciativa que se ressalta no “quem somos” na página de sua editora nos parece que está associado aos fragmentos da vida da própria editora, Constanza Brunet, em que a política e a vocação são muito potentes na concepção do catálogo, em um “quem somos” da editora argentina mais ligado a um perfil ideológico e ético ressaltado pelas publicações que compõe o catálogo da Marea Editorial.

## 7.6 Breve histórico de Ivana Jinkings

Filha de um militante comunista, Raimundo Jinkings, Ivana costuma dizer que praticamente nasceu dentro de uma livraria, já que seu pai teve um papel de resistência

em Belém do Pará, ao criar uma livraria (dentro da própria casa) e disseminar livros entre a população. A Livraria Jinkings<sup>9</sup> foi fundada em 1965, ao lado da esposa e com formação em Letras, Isa Tavares, mãe da Ivana. O local logo virou o estabelecimento principal de muitos filósofos e estudantes. Nessa época, Raimundo Jinkings chegou a ser preso várias vezes com alguns livros apreendidos, mas não deixou a função de livreiro de lado. Mais tarde, se uniu ao amigo Carlos Augusto da Silva, fundando uma editora marxista, a Boitempo.

Essa primeira Boitempo, no entanto, não foi a mesma criada pela filha Ivana, que seguiu outros rumos. Formada em Biologia na cidade natal, Belém do Pará, se mudou para São Paulo para trabalhar com Genética. Mas os caminhos a levaram para trabalhar em uma editora. Mais tarde, com alguma experiência jornalística, fundou a sua própria editora Boitempo, nome dado em homenagem ao pai, que havia escolhido tal nome em referência a um poema de Drummond. Jinkings é atuante no mercado editorial independente, tendo sido criadora da Libre – Liga Brasileira de Editoras Independentes, hoje já não mais inserida.

## 7.7 A criação da Boitempo Editorial

Como começamos a retratar, a Boitempo da Ivana Jinkings foi fundada em 1995, época em que muitos diziam para que a editora desistisse da empreitada, focando na instabilidade do campo editorial já naquela época. Mas a sua vontade de ter a própria editora falava mais alto. A primeira publicação foi um texto inédito de Stendhal sobre Napoleão. A ideia da editora era de que disponibilizasse ao público um resgate de obras importantes que não haviam sido publicadas em língua portuguesa<sup>10</sup>. Ivana tinha pensado em abrir uma livraria, mas não tinha capital suficiente. A casa editorial, segundo ela, teria um custo muito mais baixo, e foi assim que abriu a sua Boitempo: com computador, uma salinha emprestada de uma amiga e um telefone. Também fez uso do fundo de garantia e

---

9 Disponível em: <http://www.dtemdebate.com.br/5-de-outubro-de-1995-morre-o-livreiro-e-militante-politico-raimundo-jinkings-que-fez-da-venda-de-livros-um-meio-de-resistencia-durante-a-ditadura-militar/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

10 Disponível em: [https://www.sescsp.org.br/online/artigo/8630\\_IVANA+JINKINGS](https://www.sescsp.org.br/online/artigo/8630_IVANA+JINKINGS). Acesso em: 25 jan. 2021.

algum dinheiro proveniente da família.

No início, sabia o que queria publicar, mas a ideia inicial foi se modificando. A ideia era publicar livros raros, cartas inéditas de Mário de Andrade, contos inéditos do Machado de Assis, um catálogo voltado para a literatura e com publicações raras, como um Garimpo, resgatando obras perdidas em outros catálogos. No entanto, a publicação que deu uma ruptura em sua editora foi com o livro da dissertação de mestrado de sua irmã das Ciências Sociais. Tal livro, por sua vez, acabou sendo procurado um sociólogo da Unicamp que coordenava um projeto denominado “Mundo do trabalho”. A partir daí, houve uma inclinação que foi se dirigindo a uma linha política. Em 1998, publicou uma edição do Manifesto Comunista, bem conceituada pela crítica e um divisor de águas de sua editora. À época, Marx estava mais fora da universidade, e essa edição deu início à coleção principal da Boitempo.

## **7.8 O catálogo atual da Boitempo Editorial**

Depois da obra de Marx publicada em 1998, houve uma ruptura daquelas ideias iniciais e a editora passou a publicar pensamentos de esquerda mundial e brasileiro. Por meio dessa publicação marxista, Jinkings sentiu que criaram uma demanda para essas leituras, já que as universidades não estavam acompanhando essa juventude. Dessa forma, viu nesse nicho um mercado, e a editora frisa que “a Boitempo não é comunista; Eu (Ivana) sou”.

A sua linha editorial, desde o início, perpassa a literatura de resgate, com clássicos russos e franceses; mas para a sobrevivência da editora, a coleção “Sociologia do Trabalho” foi primordial para manter a editora “em pé” até os dias atuais. Em mais de 20 anos de editora, atualmente o catálogo conta com oito coleções: Coleção Mundo do Trabalho, Coleção Marx e Engels, Tinta Vermelha, Coleção Estado de Sítio, Biblioteca Lukács, Arsenal Lênin Marxismo e Literatura e Pauliceia. Também constam no catálogo as publicações “Destaques”, que contemplam autores como: Angela Davis, Maria Rita Kehl, Karl Marx. No catálogo atual também são subdividas estas publicações: Clássicos Boitempo, Ficção,

Biografias, Feminismos, Direito e marxismo, Margem Esquerda, Boitató (selo infantil), Barricada (selo de quadrinhos).

### 7.9 A distribuição da Boitempo Editorial

Um dos entraves para se pensar a edição brasileira está no âmbito da distribuição. Em um país cuja distribuição territorial é extensa e significativa, a Boitempo conta com terceirizados para distribuição das obras. Assim, consegue atingir uma maior demanda de Norte a Sul do Brasil. Outro fator que possibilitou uma divulgação e distribuição maior foi o estímulo à produção de *e-books*, em 2011, que a editora passou a disponibilizar, em grande parte, gratuitamente, as produções dos livros.

### 7.10 Quem somos - Boitempo Editorial

A Boitempo Editorial foi fundada em 1995, por Ivana Jinkings. O nome da editora – inspirado em um poema de Carlos Drummond de Andrade – é uma homenagem ao maior poeta brasileiro e também ao criador da primeira Boitempo, o dirigente comunista Raimundo Jinkings, pai de Ivana.

A editora consolidou-se produzindo livros de qualidade, com um catálogo consistente e opções editoriais claras. O reconhecimento desse trabalho se constata pela ampliação do número de autores e leitores e pela conquista de prêmios importantes.

Nesse trecho apresentado da descrição “quem somos” da Boitempo, marcações temporais nos são dadas: a primeira é o tempo de surgimento, em 1995, refletindo o tempo de serviço prestado, a legitimidade e tradição em sua produção editorial, como também a tradição do nome, remetendo a influência do pai, forte e simbólica, já que a filha, Ivana, herdou também a vocação paterna. É, portanto, uma *extimidade* alcançada e projetada por valores familiares, respaldando no caráter contestatório que a filha desenvolveu com o pai. Como de praxe em um texto convidativo, a projeção de confiança, livros de qualidade e opções editoriais claras são sustentadas por espaços legitimados do campo editorial: prêmios, reconhecimentos de autores, entre outros. Nesse trecho, condiciona-se o papel da Boitempo a essa projeção simbólica de crescimento no campo editorial.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se com base nessas questões teóricas levantadas, que o campo editorial independente, e sobre o nosso *corpus* apresentado, alguns signos-sintomas do fazer editorial independente que se repetem nas estruturas estabelecidas e nas diretrizes que seguem as casas editoriais apontadas. Entre elas, estão: i) Localidade fortemente ressaltada: dizer de onde eu sou, para quem faço e edito esses livros; ii) Impressões em poucas e médias tiragens: nos últimos anos, a tiragem em impressão digital passou também a ser utilizada, já que proporciona um menor número de livros a serem impressos em um preço mais acessível. No entanto, de forma geral, as editoras imprimem em *offset*, com livros de formato econômico. iii) Em âmbito discursivo, as editoras fazem questão de revelar a identidade do que a sua editora está construindo e os seus efeitos no mercado de bens simbólicos. iv) Evoluções do catálogo: presença de densidade, diversidade e um perfil sociológico dos autores que nos parecem condizentes à proposta ideológica e política da editora. v) Organização do trabalho: a casa editorial é composta pela figura central a partir da editora, mas possui uma equipe restrita de funcionários. vi) Declarações na imprensa: ligadas às questões ideológicas-políticas ligadas às publicações da editora.

De certa forma, podemos apontar que o *fazer editorial* das editoras apresentadas caminham em consonâncias às predileções e aos âmbitos vocacionais por elas apontadas. Apontamos certa projeção biográfica no catálogo das editoras, pois elas são movidas por uma infância de afeto simbólico à leitura e aos livros, e esse universo dos livros já começava a ser inserido em seus contextos de vida de alguma forma.

Percebemos certa coincidência entre esse fazer editorial, a formação acadêmica e política dessas editoras, marcando suas posições em publicações de caráter ideológico e social. As marcações biográficas dessas editoras se expressam por meio dos catálogos, das escolhas temáticas, de fazer circular no mercado de bens simbólicos um compromisso estético e ético. No entanto, alguns registros pontuais e extremamente necessários ainda precisam ser levados adiante.

Reiteramos que, dentre os diversos instrumentos para historiografia da edição, o catálogo, muitas vezes, é pouco debruçado ou é feita uma análise descritiva. A pesquisadora Marina Garone (2020) reforça o potencial de se utilizar os catálogos como fonte primária, que pode oferecer importantes informações de aspectos materiais e imateriais de uma editora, permitindo preciosos levantamentos sobre elementos quantitativos e qualitativos de um determinado selo.

Em um mesmo catálogo, Garone (2020) aponta marcações de tradição e de modernidade visíveis na história de uma editora. Esse marcador de tradição é materializado em um catálogo, por exemplo, quando é exposto o organizador de uma coleção ou é informado de que uma obra obteve determinado prêmio. Os catálogos também podem estar vinculados aos temas geográficos e linguísticos, identificando a “internacionalidade” ou a “nacionalidade” que tem em um selo (GARONE, 2020). Em um sentido mais amplo, as composições que esses catálogos fornecem é de ser indicativo da necessidade culturais e identitárias que a pesquisadora denominou de “comunidade bibliográfica”.

Vinculado ao discurso autobiográfico dessas editoras, podemos compreender, de alguma forma, por que certas temáticas geográficas, linguísticas ou transnacionais são escolhidas. As variações de composição do catálogo podem estar relacionadas a essas necessidades culturais ou até mesmo identitária, quando nos referimos a uma casa editorial em que o editor/a independente está no comando. Descrever e analisar o comportamento desses catálogos são uma das formas de narrar, de uma possível *Edição de si*.

## REFERENCIAS

- . AMOSSY, Ruth (Org). **Imagem de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.
- BOTTO, Malena. 1990-2010: concentración, polarización y después. In: DE DIEGO, José Luis. **Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014. p. 1-29.
- BOURDIEU, Pierre. Una revolución conservadora en la edición. In: **Intelectuales, política y poder**. Eudeba: Buenos Aires, 2014.

- BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 219-237, jul./dez. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/ktFHsc>>. Acesso em: 7 jul. 2020.
- DE DIEGO, José Luis. **Los autores no escriben libros**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ampersand, 2019.
- GARONE GRAVIER, Marina. Los catálogos editoriales como fuentes para el estudio de la bibliografía y la historia de la edición. El caso del Fondo de Cultura Económica. **Palabra Clave** (La Plata), 9(2), e085. Disponível em: <<https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/download/PCe085/12063?inline=1>>. Acesso em: 10 set. 2020.
- GODOI, Rodrigo Camargo. **Um editor no Império**: Francisco de Paula Brito (1809-1861). Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP, 2014. 106f.
- MACHADO, Ida Lucia. **Reflexões sobre uma corrente da análise do discurso e sua aplicação em narrativas de vida**. Coimbra: Grácio Editor, 2016.
- MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-25.
- MALUMIAN, Hernan; WINNE, Victor Lopz. **Independientes ¿de qué?** Hablan los editores de América Latina. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2016, 156p.
- MARQUES NETO, Leonardo. **100 nomes da edição no Brasil**. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2020, 368p.
- MUNIZ Jr., José de Souza. “O editor como (mediador) intelectual e o espaço editorial como ilusão de óptica: apontamentos teórico-metodológicos”. **Anais** do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Belém - PA – 2 a 7/09/2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0068-1.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2020.
- MUNIZ JR., José de Souza. Retrato do editor quando jovem. Intercom – 39 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 2015.
- NOORDA, Rachel. The Discourse and Value of Being an Independent Publisher. **Erudit**. Disponível em: <<https://www.erudit.org/en/journals/memoires/2019-v10-n2-memoires04677/1060971ar/>>. Acesso em: 6 jul. 2020.
- PAVEAU, Marie-Anne. **Análise do discurso digital**: dicionário das formas e das práticas. Tradução Julia Lourenço e Roberto Baronas (org.). Campinas : Pontes Editores, 2021.
- RIBEIRO, A. E. “O apagamento das mulheres editoras”. In: **Itinerários**, Araraquara, n. 47, p. 229-232, jul./dez, 2018.
- RIBEIRO, A. E. “Editoriales y editoras en Brasil hoy. Dos casos contemporáneos: Chão da Feira y Relicário”, **Lectora**, 25: 227-240. ISSN: 1136-5781 D.O.I.: 10.1344/Lectora 2019.25.14, 2019.



RIBEIRO, A. E. “Boitempo editorial e Ivana Jinkings: um quarto de século de uma editora de esquerda no Brasil”. **Pontos de Interrogação**, v. 9, n. 1, jan.-jun., p. 201-226. Thompson, J. B. (2013). *Mercadores de cultura*. São Paulo: Editora Unesp, 2019.

SANTANA GOMES, Letícia. *Mulheres-editoras-independentes e as edições de si*. 258f. Tese (Doutorado em Estudos de Linguagens). Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

SZPILBARG, Daniela. “Armas cargadas de futuro: hacia una historia feminista de la edición en Argentina”. **Malisia**, La Plata, n. 5, Dossier “Mujeres y Edición”, p. 15-29, 2018.

Thompson, J. B. **Mercadores de cultura**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

## Authorship contributions

1 – Letícia Santana Gomes

Doutora em Estudos de Linguagens pelo CEFET-MG.

<https://orcid.org/0000-0002-4261-8891> e [leticiasantanag@gmail.com](mailto:leticiasantanag@gmail.com).

Contribuição: Autora

2 – Giani David

Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais

<https://orcid.org/0000-0002-1461-5837> e [gianids@gmail.com](mailto:gianids@gmail.com).

Contribuição: Coautora

## Como citar esse artigo:

GOMES, L.; DAVID, G. Editoras Mulheres Progressistas no Brasil e na Argentina: Reflexões Sobre a Boitempo e a Marea Editorial. **Gutenberg**, Santa Maria, v.3, n.1, 2023. DOI 10.5902/2763938X70459. Recovered in: <https://doi.org/10.5902/2763938X70459>.