

**.DOSSIÊ-ENTREVISTAS:
NO LIMIAR DO LIVRO**

A ideia de propor um pequeno dossiê de entrevistas feito a partir da disciplina de Estágio Supervisionado I, voltada para editoração e seus desdobramentos, para publicação neste número da revista da Escola de Letras da UNIRIO, a **daGaveta**, levou em consideração um princípio: conversar com editores que projetam muito de seu tempo e de sua disposição, como política, em criar outros modos de circulação do livro, como objeto e pensamento, por dentro do intenso e tão demarcado mercado editorial brasileiro.

Da Editora 7Letras, Jorge Viveiros de Castro comenta acerca de sua tarefa que há alguns bons anos é empenhada em editar livros de poesia, entre tantas outras coisas, constituindo assim um catálogo aberto, diverso e ao mesmo tempo corajoso; da Editora Quelônio, Bruno Zeni e Sílvia Nastari contam como procuram editar como um gesto às avessas: imprimir livros em tipografia e fazer quase todo o trabalho de confecção levando em conta a singularidade da manufatura; e, por fim, da Editora Garupa, que surgiu a partir de alunos da Escola de Letras da UNIRIO, nessa mesma disciplina de Estágio, no primeiro semestre de 2014, Juliana Travassos relata os esforços de trabalho conjunto entre o grupo de editores e os jovens autores que têm procurado lançar.

As alunas e alunos, que assinam as entrevistas, elaboraram as perguntas, entraram em contato com os editores escolhidos, escreveram os textos de abertura e revisaram as respostas dos entrevistados. Estas tarefas lhes atribuiu alguns prismas das distintas etapas propostas para a montagem do dossiê. Esperamos com isso dar a ver diferentes perspectivas de experiência e formas de edição – do tempo de trabalho, cuidado com os originais, feitura e venda do livro etc. – e do quanto isso se implica nos horizontes formativos mais abrangentes da Escola de Letras da UNIRIO.

por Julia Bitencourt e Thaís Bastos

A **Editora Garupa** foi criada no Rio de Janeiro em 2014. E atua de forma independente em frentes editoriais de arte e literatura. O coletivo editorial é composto por moradores das zonas norte e oeste da cidade redesenhando assim os impasses urbanos que compõem uma cidade notoriamente partida e segregada.

Com o intuito de dar visibilidade a autores e produtores de arte e literatura contemporâneas, foi criada, no processo, uma revista semestral e digital (revistagarupa.com), que publica poesia, textos críticos, entrevistas e produções audiovisuais. E, ainda, o selo **edições garupa** destinado à poesia.

Coletivo Garupa: Amanda Cinelli, carioca de 25 anos e formada em Letras pela UERJ; Daniel Dargains, de 27 anos e estudante de Letras da Unirio; Juliana Travassos, ex-aluna de Letras da Unirio e mestranda em Literatura na UFF.

A revista conta, a cada edição, com uma equipe de colaboradores diferentes. Trazendo pessoas com experiências das mais diversas formações e ideias, “cada edição reúne coisas marcadamente díspares, de pesquisadores da literatura e das artes e produtores culturais na edição zero à escritores e críticos literários na edição íon etc.; desde alguns escritos como textos e poemas à vídeos (de pessoas e imagens da cidade por uma janela, coisas escritas, vozes, etc.)”. Assim, dá ao leitor uma perspectiva do quanto o coletivo editorial experiencia suas relações com o pensamento, o espaço e as formas de fazer. Por isso, uma questão que aparece com muita importância para o coletivo na Revista, são os engendramentos produzidos pelo cotidiano da vida numa grande cidade tão difusa, dispersa e complexa.

Garupa é ao mesmo tempo selo editorial e revista literária. Sua proposta é transitar livremente entre todos os tipos de expressão artística, com um desdobramento maior de atenção para a literatura, talvez pela formação daqueles que formam o coletivo.

A comunicação visual do coletivo tem uma linguagem lúdica. A inspiração para a criação do logotipo veio do fato de que todos estamos aprendendo,

pegando carona nos livros, nas paisagens, na vida. Algo como: estamos de passagem, num vai e vem, num vai e volta. A vida e suas multiplicidades e acasos. Como eles mesmos afirmam: “Garupa na bicicleta, na carroça puxada a burro, nas ideias, uma revista digital, um selo de poesia e levando desconhecidos a pegar carona.”

Na parte editorial da edição seis quadra 9, vocês falam sobre o trabalho da publicação desde o processo da abertura de chamadas. Gostaríamos de saber sobre o início de vocês, da revista ao selo, de onde partiram e como projetaram tudo.

JULIANA TRAVASSOS: Essa não é uma pergunta fácil de ser respondida, porque as coisas não se deram de forma exatamente linear. A direção editorial do coletivo não foi projetada por nós, como algo que se define antes de sua própria realização, foi se dando a cada decisão enquanto as ideias surgiam. Metade do grupo que veio a ser a garupa cultivava o desejo de editar uma revista dedicada à escrita contemporânea, em parte porque escrevia, em parte porque já trabalhava no mercado editorial. Assim, nos encontramos algumas vezes, eu, Amanda e Gab, para pensar mais ou menos o que seria a garupa, decidimos nome, traçamos uma identidade. Mas a revista garupa só surgiu mesmo nesta disciplina que estão cursando na Escola de Letras da UNIRIO. Em 2014, as professoras Júlia Studart e Ana Carolina Coelho ministravam o curso. E foi só a partir das provocações que elas nos colocaram em sala que pudemos dar corpo e instrumentalizar o projeto. A turma era bem pequena, éramos seis no total, por coincidência todos bem próximos, e acabou que o grupo curtiu a ideia da garupa. E foi essa turma a primeira configuração do coletivo. A partir daí, Julia e Ana foram nos mostrando o caminho, dando direções para o projeto editorial – a chamada aberta e o uso de copyleft, por exemplo, foram ideias delas. Pudemos então organizar e viabilizar a ideia. A disciplina funcionou mais ou menos como uma incubadora, criou contorno para o nosso desejo. Foi incrível.

Claro que desde a primeira edição da revista, muita coisa aconteceu – já se passaram quatro anos. E, como disse, é difícil desmembrar como nesse

tempo fomos projetando as coisas. O selo, por exemplo, veio dois anos depois da primeira edição da revista. Nós já tínhamos feito zines, mas não pensávamos em abrir editora, imprimir brochura. Em 2016, parte do grupo já tinha mais experiência no mercado editorial, ficamos animados de poder lançar livros que gostávamos.

Depois, como escolhem e selecionam os trabalhos presentes na edição de cada revista e o quanto isso tem a ver também com os livros que editam?

JT: Nós recebemos grande parte do conteúdo por chamada aberta. Assim que encerramos essa etapa, realizamos triagens. Organizamos essas triagens de forma que nem todos do coletivo precisam ler tudo que é recebido – já que são muitos e-mails, em média 500 por edição –, mas nenhum conteúdo é aceito sem que todos o tenham lido e concordado com a publicação. A última triagem é feita pensando o diálogo entre os textos recebidos, como organizá-los, quais estão muito soltos etc.

Nas edições recentes, entretanto, convidamos curadores. Eles indicam conteúdos para compor uma das sessões. Na última edição, por exemplo, foi a sessão Drive-in, que trouxe vídeos recém passados em festivais e vídeos experimentais que tencionam a linguagem de forma a dialogar com a poesia. Na penúltima edição, o poeta Camilo José curou a sessão Achados no portafolhos. Os convidados participam também de uma das tiragens. Quanto a relação entre selo e revista, alguns dos autores que estão ou vão estar no nosso catálogo vieram a partir da revista. É o caso da Marília Floôr. Ela enviou alguns poemas para a revista, gostamos muito, começamos uma conversa por e-mail e ela mandou o original do *Mugido*. É a mesma equipe editorial, então as predileções não são muito diferentes. Por outro lado, percebo que, como o selo não funciona com chamada aberta, os poetas publicados dialogam mais.

Em geral, toda manifestação de vocês parece ter um fundo político, e não nos parece que isso seja diferente de quaisquer outras manifestações artísticas. Mas o que diferencia a Garupa, como um coletivo, na busca dessa relação entre poesia e política, por exemplo?

Como se veem diante dessa questão, tendo em vista que vocês são um coletivo, ou seja, indivíduos que, imaginamos, também têm pensamentos diferentes?

JT: Existem duas questões que penso muito importantes nessa pergunta de vocês. A primeira diz respeito ao caráter político da arte e da literatura; a segunda, ao trabalho coletivo. Apesar de estarem em constante tensão, essas questões podem ser pensadas separadamente. Estão em tensão porque o trabalho coletivo é um trabalho essencialmente de conflito; engana-se quem pensa que sempre existe concordância ou que, após discursões e reuniões, pacificamos as diferenças. O que há é um exercício de convívio – no qual muitas das discordâncias permanecem. A meu ver, essa é uma prática radicalmente democrática e por isso, até hoje, mantivemos o formato de coletivo – porque esse formato nos atrapalha a cair nas armadilhas tirânicas tão comuns ao mercado de capital. Mas a potência política não me parece dizer respeito apenas aos meios de produção [artística e literária] ou aos modos de distribuição e comercialização [dos objetos]. Claro que faz diferença se um livro é lançado por uma grande editora financiada por um grande banco ou por uma pequena editora independente. Mas existe também uma política interior à obra, que se manifesta na sua forma propriamente – onde se dá uma quebra do verso, a dicção do sujeito poético, o campo lexical em que o poema se constrói, as forças sensíveis que convoca. Aqui já não é possível falar a partir de generalizações, é necessário que se olhe para cada poema e entenda suas tensões internas. Eu não sei se isso é bem um diferencial – inclusive acredito que não, que muitos outros pensem assim –, mas acho que é por aí que a garupa entende a relação entre poesia e política: a linguagem, sendo manifestação essencialmente política – como você disse – não precisa assumir esta ou aquela forma para deixar ver essa sua força, mas na forma que assume opera escolhas políticas. A partir daí, quando um poema tematiza uma questão mais evidentemente política – como a Adelaide Ivánova e a Marília Floôr, que tratam de temas como o machismo institucionalizado e o agronegócio –, nos interessa pensar se o poema traz consigo também esse pensamento político no seu manejo da linguagem.

Como vocês operam e trabalham os processos de criação da revista exatamente em meio a essas diferenças dos modos de pensar, de fazer e das tomadas de posição a partir daquilo que editam mesmo, naquilo que vai aparecer para o leitor?

JT: Como disse na segunda resposta, o processo de edição em triagens organiza as leituras. A partir daí, quando existe discordância a respeito de um texto, ele é discutido em reunião e decidimos juntos se ele entra ou não. Depois de algumas edições conseguimos elaborar – a partir da experiência do erro – um processo que facilitou a tomada de decisões e a produção de conteúdos como editoriais, releases, artes de divulgação. Antes de abrir a chamada, nos reunimos para combinar questões práticas e conversar sobre o que gostaríamos que estivesse na edição, o que não curtimos na última etc. Nessa primeira reunião, pensamos, por exemplo, em quem chamar para ilustrar a edição; se vamos convidar algum curador para acompanhar o nosso trabalho; se são necessárias chamadas direcionadas; quais serão os prazos, essas coisas. Aqui é necessário que haja alguma concordância: a reunião só acaba quando essas questões estão alinhadas com os desejos e as possibilidades de todos. Inclusive já tivemos reuniões dessas com mais de dez horas, meio assustador. A partir daí, dividimos funções, e os membros do grupo ganham liberdade para realizar essas funções.

O que vocês, até agora, imaginam que conseguiram fazer em termos de contribuição editorial e de pensamento em uma cidade tão dispersa e num país tão grande e, ao mesmo tempo, que projetos e planos já estão mais ou menos desenhados para o coletivo como continuidade do trabalho.

JT: Essa perspectiva – da grandeza do país e até mesmo da cidade – me faz deparar com a miudeza do projeto. O que não acredito que seja ruim. Não sei dizer o quanto contribuímos efetivamente para a produção e disseminação de pensamento no Rio e no Brasil. Penso que diversos coletivos e pequenas editoras estão em atividade hoje no país, e que a existência deles é muito importante para a viabilidade de expressões culturais e artísticas diversas. A garupa é apenas um exemplo disso. E por se dedicar à poesia, é ainda

menor em público. Por outro lado, vejo que existiam alguns lugares de produção de pensamento sobre poesia em atividade há bastante tempo, décadas. Lugares que, mesmo pequenos – como tudo dedicado à poesia – já tinham consolidado sua importância e mantinham a discussão ao redor de questões parecidas. O surgimento de novos grupos, novas publicações, é interessante porque pode trazer novos tratamentos para os textos, novos autores antes não contemplados, textos não traduzidos...Nossos planos são continuar o trabalho, o que já é bastante difícil – todos do coletivo precisam conciliar a garupa com seus empregos remunerados. Mas este ano produzimos a Terceira - feira de publicações de poesia, com quatro dias de programação. Ano passado, foi o bloco de carnaval Senta na Garupa. Acho que produzir e participar de eventos ao redor da poesia é um interesse que tem crescido no grupo. Além disso, temos no prelo dois livros que irão compor um novo selo, o Bagagem, destinado a escritas críticas e teóricas sobre literatura, cinema e filosofia.

Há algo que queiram dizer, ainda, e que é muito importante para vocês, como coletivo, e que nos escapou nessa rápida entrevista?

JT: Não. Apenas gostaria de agradecer pelo interesse no trabalho. Fico muito feliz de saber que a UNIRIO continua proporcionando a reflexão a respeito da prática editorial – que certamente é uma prática fundada sobre o pensamento crítico e não deveria estar delegada a uma lógica de mercado. No mais, convido vocês a visitar o nosso escritório se for do interesse. Podemos mostrar de perto como fazemos algumas coisas. Seria ótimo estreitar o diálogo.

por Diego Okino e Luciana Quintão

A carapaça que cobre o corpo é corpo, é toque; a mão que percorre tateia o relevo que guarda a palavra, aguarda. Numa associação, ler é percorrer o corpo escrito e, se livro, o corpo é também toque, mão. Manusear é dar um toque, as páginas a percorrer são o movimento do corpo a descobrir além da casca – o quelônio resguarda dentro o que a carapaça envolve: o corpo exposto. O movimento é encontrar o toque que abre uma leitura a qualquer obra. A obra é somente a congruência de movimentos.

Criada em 2013 por Sílvia Nastari e Bruno Zeni, a **Quelônio Editora** tem como proposta publicar livros de literatura contemporânea. Inspirada em formatos como folhetos, volantes, poesia visual, arte postal e foto livro em cada projeto, todos em acabamento manual e costurados à mão, apresentam diferentes tipos de impressão: linotipo, carimbo, serigrafia e tipografia, além dos métodos digitais de composição e impressão.

Os padrões de uma carapaça, por exemplo, as linhas – ora retas ora incertas; formam e deformam, cobrem e expõem a cobertura, ressaltam a cobertura, identificam a importância da cobertura – esta que a mão toca. Ao trazer pra mão a ideia do manuseio traz-se também a ideia do processo, expõe o processo ao identificar no toque a mão que cria e a mão que lê. São muitas mãos em movimento e a exposição é o toque esperado que expõe o processo enquanto se move.

Dos modernos, dos concretos, dos manuais: um livro extrapola o corpo quando é livre até de si mesmo. A carapaça das tartarugas é livro porque é toque. A editora Quelônio devolve às mãos o manusear exposto, expositivo. A editora se aproxima da ideia de livro objeto ao devolver para literatura uma ideia de manufatura como processo. Um processo exposto no toque que devolve ao corpo o que lhe foi tirado nesse processo editorial, o próprio corpo. Um livro só é livro porque é corpo. Um livro é corpo quando toca, quando é manuseado. Um jogo mallarmaico que devolve ao corpo a palavra. A palavra enquanto corpo se faz exposta enquanto livro, um livro corpo.

Como se dá o começo da editora, como ela surge, como ela foi pensada?

BRUNO ZENI: Começamos a trabalhar na editora em 2013, mas de forma bem experimental, com alguns projetos que Sílvia Nastari e eu começamos a desenvolver juntos. O primeiro livro da editora, *Você é minha notícia secreta*, foi lançado em 2014, junto com outro projeto meu, *Pau na máquina*, uma coleção de textos impressos em xerox, que reuni em uma caixa comemorativa. Fizemos o lançamento desses dois títulos e muitas pessoas passaram a nos procurar, e em direção contrária também passamos a procurar autores e autoras, amigos escritores, poetas, artistas a fim de convidá-los a publicar com a Quêlônio.

Qual a importância da ideia mais lenta da manufatura para a confecção de livros diante de um mercado imediato, de prensas rápidas, de uma produção em série do livro como mercadoria feita de qualquer jeito?

BZ: A opção por processos mais artesanais e lentos diz respeito a uma vontade de trabalhar com o livro em seus aspectos materiais, pensando cada processo e tomando decisões que, muitas vezes, impactam todo o projeto do livro, da concepção à impressão. Isso se tornou possível de um tempo para cá por causa de novas tecnologias de impressão, mais baratas, em menor escala. A contraparte disso é que as tecnologias antigas, como a composição em tipos e linotipo, por exemplo, ainda têm adeptos e profissionais atuantes (cada vez menos, mas ainda é possível encontrar material e mão de obra especializada). A opção pelo resgate e pela valorização de processos tradicionais se alia, na Quêlônio, a uma linha editorial arrojada, que valoriza a melhor literatura brasileira de hoje e também processos tecnológicos de ponta. A combinação disso, essa mistura *sui generis*, é uma das marcas da editora, além é claro dessa ênfase nos processos e no ritmo artesanal. O próprio nome da editora, Quêlônio, nome científico das tartarugas, aponta para esse processo mais lento.

Como é a recepção do trabalho de vocês pelo país e como vocês se relacionam com o mercado editorial em geral?

BZ: A recepção tem sido boa, mas não conseguimos rodar muito o país, pois somos um editora pequena, que sobrevive com recursos próprios, sem financiadores, mecenas ou investidores. O mercado editorial instituído não é para editoras como nós, que não temos como distribuir nacionalmente, nem como competir com grandes grupos editoriais. Estamos buscando alternativas de vendas, de modelo de financiamento, de alcance dos leitores.

Falem um pouco sobre o processo de trabalho de vocês na Quelônio, coisas como o tempo para uma impressão manual, tiragens, custos, rentabilidade etc.

BZ: O tempo, apesar de nossa disposição para o manual e o artesanal, é curto e passa depressa. Eu cuido dos textos, edição, revisão, contato com autores e alguns colaboradores. A Sílvia Nastari dirige a parte gráfica, fazendo a maioria dos projetos gráficos. Temos o auxílio do impressor João Darc Morais, que tem quase 50 anos de experiência nessa área, como tipógrafo, impressor e também na área de acabamento. No linotipo, está George Dimitrov Assis. E na área de costura e acabamento, temos a Júlia Estronioli. Eu vinha fazendo a parte administrativa e financeira, mas agora temos a Elena Regina Pucinelli nessa área da editora. Ainda não conseguimos chegar a um modelo sustentável, mas a meta é essa, tornar os projetos rentáveis, não para dar lucro, mas para sustentar essa equipe e estrutura e financiar os projetos futuros.

Como vocês selecionam o que vão editar na Quelônio, têm algum método, procedimento etc.?

BZ: Escolhemos por qualidade literária, que é o principal critério, e por adequação ao modelo editorial da Quelônio: textos curtos, poesia, relação entre texto e imagem. Alguns escritores têm procurado a editora, é uma via de mão dupla. Recebemos alguns originais por e-mail, mas é sempre difícil escolher, pois a quantidade é grande e nem sempre o original se adequa à editora. A seleção tem sido mais ou menos natural, de acordo com as nossas convicções: apostar em livros de qualidade, bem-feitos, pensados de acordo com o que o texto pede, tentando evitar a fetichização do objeto, buscando a qualidade funcional de impressão, leitura e acabamento.

por Bruna Paiva, Humberto Amorim e Wallace Ribeiro

Com uma trajetória que já dura mais de 20 anos, a 7Letras é a editora independente mais experiente das 3 apresentadas neste dossiê. Criada na década de 90 por Jorge Viveiros de Castro, foi uma das primeiras a experimentar o sistema de publicação por demanda, inicialmente publicando pequenas tiragens de livros de poesia e posteriormente produzindo revistas, entre elas “Inimigo Rumor” e “Ficções”. Títulos que destacam-se como consolidadores da linha editorial apresentada pela 7Letras, a constante busca e revelação de novos autores. Desde 2012 possuindo uma livraria em uma galeria de Ipanema, ao longo de sua história a editora já publicou centenas de títulos não apenas de criações artísticas, mas também obras teóricas de filosofia, história e outras áreas. Já recebeu diversos prêmios literários por suas publicações e contribuiu na revelação de vários nomes da literatura brasileira contemporânea.

A editora 7Letras é conhecida por descobrir novos talentos. Jorge Viveiros de Castro diz numa entrevista que "o grande barato é descobrir novos nomes". Essa preocupação seria uma espécie de resistência para que a literatura contemporânea não circule apenas no cânone ou é só pelo "grande barato" da descoberta mesmo?

JORGE VIVEIROS DE CASTRO: O "grande barato" é criar uma editora aberta ao novo, que seja uma porta de entrada para os escritores iniciantes – assim a gente abre espaço para a experimentação, para a descoberta. Se isso ajuda a literatura a circular fora do cânone, melhor ainda.

A editora tem muito cuidado com o conteúdo que publica. Percebemos também o esmero no trabalho editorial, no investimento de tempo e dinheiro, inclusive nesse “barato” de buscar novos talentos. Vocês arriscam, publicando poesia, gente nova, coisas que infelizmente não são comerciais. Dá para dizer que, para a 7Letras, o conteúdo publicado é mais importante do que o valor comercial? Qual o equilíbrio entre as duas coisas em se tratando de uma sobrevivência da editora no mercado?

JVC: A editora foi criada na base de muito trabalho e quase sem nenhum capital, e assim foi seguindo até hoje: abrindo as portas para colaborações e parcerias e trabalhando diariamente para ampliar e qualificar o seu catálogo com as melhores obras que estivessem ao nosso alcance. Um dos principais trabalhos sempre foi o de tentar estabelecer essa ponte entre o conteúdo e o mercado, mesmo em pequena escala, ou seja, buscando adequar a produção e as tiragens aos mecanismos de distribuição disponíveis.

De certa forma, é justamente a integração entre essa busca por um conteúdo de qualidade e a efetiva inserção desse conteúdo no mercado – com o devido cuidado em todas as etapas da produção editorial, no desenvolvimento de novos projetos e no estabelecimento de uma marca reconhecida – que define o sutil equilíbrio responsável pela sobrevivência da editora ao longo de mais de 20 anos bailando na corda-bamba.

O catálogo da 7Letras não conta com muitos e-books, o que se nota é um investimento no livro como objeto material. Vocês pensam no mercado digital ou é algo que não está nos projetos da editora?

JVC: Fizemos as primeiras tentativas com e-books há 7 ou 8 anos, inclusive com a produção de um bom conteúdo de poesia em áudio integrado aos livros, na leitura dos próprios autores – mas o resultado comercial foi nulo, e a distribuidora responsável por essa comercialização digital fechou as portas no ano passado. Estamos justamente reiniciando os trabalhos com uma nova distribuidora, com a expectativa de disponibilizar cerca de 10 a 15 novos títulos por mês em formato e-Pub, entre lançamentos e obras já em catálogo.

Vocês editaram revistas muito legais, como a última Lado 7, que teve vida breve, e a Ficções, que foi um suprassumo de importância no que trata da narrativa curta, com números marcantes como o que traz uma entrevista com Wilson Bueno ou o número dedicado a Ficção Científica. Depois, o caso da Inimigo Rumor, publicada até 2008, que cumpriu um papel fundamental no cenário nacional. Hoje, 10 anos depois, existem possibilidades de, quem sabe, um retorno (mesmo que comemorativo) da Inimigo Rumor ou de algum outro projeto de revista?

JVC: No momento não temos nenhuma previsão. O editor da *Inimigo Rumor* é o poeta Carlito Azevedo, também um amigo querido e um colaborador importantíssimo ao longo da história da 7Letras, então nesse caso qualquer possibilidade de algum número novo ou especial dependeria da participação dele. O investimento que fizemos na *Lado7* derivou para um outro projeto que também visa criar uma pequena vitrine experimental para lançar novos textos e autores sem fronteiras de gênero, que é o da coleção "megamíni", e que tem sido mais viável.

Nas últimas duas décadas, a editora construiu um rico catálogo de publicações sobretudo nos campos da Literatura, Filosofia, História e Ciências Sociais, áreas do conhecimento que sofrem múltiplos ataques com o crescimento de uma onda conservadora no Brasil e no mundo. Como situar (ou não situar) o projeto editorial da casa em um cenário polarizado, intolerante, de profundas rupturas institucionais e democráticas? Há algum papel possível ou desejável para a literatura (e para uma editora de livros) no Brasil a partir deste 2018?

JVC: Sim, há um papel possível, desejável e essencial para a literatura e também para uma editora (ou melhor, para muitas editoras) de livros no Brasil atual. O projeto da 7Letras só pode ser situado no sentido de ampliar e enriquecer o acesso à leitura e ao conhecimento, em todas as áreas – especialmente no que se refere à Literatura, Filosofia, História e Ciências Sociais, campos essenciais para a formulação de um debate de ideias que se queira essencialmente democrático. Sem o acesso amplo e livre a tudo que é traduzido pela leitura (educação, cultura, conhecimento) fica muito difícil seguir em frente. Espero que as editoras e as livrarias do país tenham forças para sobreviver ao momento atual, e que a produção intelectual de nossos escritores, professores e pesquisadores possa sempre chegar ao maior número de leitores.

A 7Letras parece não ter receio de tocar as margens, inserindo sua perspectiva editorial muitas vezes no lastro da subcultura e/ou mesmo da contracultura, dando voz a vozes que se lançam contra os sistemas, as artes e/ou os pensamentos instituídos e fossilizados. Ainda é

possível fomentar uma literatura em que o centro seja - de fato - um espaço vazio, não dogmático e disponível?

JVC: A arte não tem limite. Tudo que nos faz descobrir algo, pensar além, seguir além – sejam as ideias inovadoras de um autor clássico ou de um poeta iniciante – merece encontrar seu espaço: quanto mais amplo e arejado ele for, melhor para a circulação das ideias. Se a 7Letras existe (ou resiste) há mais de duas décadas com um catálogo recheado de poesia – talvez o gênero literário mais "à margem" do mercado –, é porque ainda existem leitores interessados nessa descoberta: do que está além do óbvio. Enquanto for possível encontrar maneiras criativas de dar voz a autores criativos – e de chegar ao máximo de leitores que pudermos alcançar, mesmo que sejam poucos –, a editora continuará re-existindo como um espaço de acolhida do novo. Acho que esse "grande barato" da descoberta já revelou vários nomes importantes de nossa literatura contemporânea ao longo desses anos, e espero que sempre haja espaço para embarcar mais gente – autores e leitores – nessa viagem.

Não resta dúvidas de que tocar um projeto editorial como o da 7Letras é, no Brasil de hoje, assumir uma luta de Quixote contra os moinhos de vento. Por que (ou por quem) insistir nisso que pode ser quase uma loucura?

JVC: Talvez seja um empreendimento quixotesco, desde sempre. A editora surgiu (ainda com o nome Diadorim) como um único caminho possível para a publicação de um jovem autor independente, nos idos de 1993, e nessa atividade de editar o próprio livro – "De todas as únicas maneiras" – o autor se transformou em editor, aproveitando as novas ferramentas que surgiam com a revolução digital. Então essa editora quase "de garagem", surgida à margem de uma pequena livraria (de onde veio o nome atual), se tornou uma casa para muitos outros autores iniciantes (ou nem tanto), acolhendo projetos e parcerias também "à margem" do que pudesse interessar às editoras mais comerciais – que precisam apostar em produtos mais certos e vendáveis (autores mais conhecidos, sucessos internacionais, gêneros de maior alcance etc.) – e virou um projeto de vida, meio sem querer. Com direito a Ficções, Inimigo Rumor, Rocinante, Lado7, Megamíni... Por que não insistir nessa loucura?