
Mapa das feiras de publicações independentes no Brasil de 2016 a 2019¹

Sandra Depexe²

Danielle Neugebauer Wille³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria/RS

Resumo

As feiras de publicações independentes, também chamadas de feiras de artes gráficas ou feiras de artes impressas são espaços de comercialização e circulação que caracterizam um importante movimento na cena editorial independente. A partir de análise documental, objetivamos, neste texto, apresentar um mapeamento das feiras de artes impressas e publicações independentes ocorridas no Brasil entre 2016 e 2019. O recorte se justifica para preservar a memória destes eventos, pois devido à pandemia de Covid-19 boa parte das feiras foi cancelada ou migrou para ações online durante os anos de 2020 e 2021.

Palavras-chave: feiras; publicações independentes; impressos; artes gráficas.

Introdução

As feiras de publicações independentes, também chamadas de feiras de artes gráficas ou feiras de artes impressas são espaços de comercialização e circulação de artes impressas e publicações autorais e independentes, tais como livros, gravuras, fotografias, ilustrações, colagens, desenhos, zines, entre outros. Trata-se de um movimento relevante no cenário das publicações independentes, pois se localizam em intersecções de interesse ao campo editorial, como exemplar de uma economia dos bens simbólicos (Bourdieu, 2008).

Mais que um espaço de venda e compra, as feiras são percebidas pelos publicadores independentes como eventos que possibilitam trocas de conhecimentos e de estabelecimento de vínculos entre os próprios expositores, como relatado em entrevistas à pesquisa de mestrado de João Vitor da Silva Bitencourt (2022), dado que indicia uma economia de favores (Thompson, 2013). Nisto, as distinções entre

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Produção Editorial do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutora em Comunicação. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: sandra.depexe@ufsm.br

³ Designer Gráfica e Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pelotas. Técnica em Artes Gráfica no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: danielle.wille@ufsm.br

publicações comerciais, produzidas em larga escala, e as artesanais, artísticas e independentes, em pequenas tiragens, se entrelaçam às lógicas produtivas e de distribuição, mas também, aos fazeres profissionais da editoração e da criação entre o trabalho do artista e do produtor. Como ilustrado por Raúl Marcó Del Pont Lalli e Cecilia Vilchis Schöndube (2012a) e por José de Souza Muniz Jr. (2019), muitas das práticas de editores independentes trazem apelo ao impresso e ao artesanal, reforçando sua aderência à proposta destas feiras voltadas às artes gráficas.

Conforme Muniz Jr. (2019), nos últimos 15 anos as feiras consolidaram-se em diversas grandes cidades latino-americanas e, no Brasil, concentram-se na cidade de São Paulo. Murilo Roncolato (2019) indica o pioneirismo da Feira Tijuana, em 2009 na capital paulista e, nos anos seguintes, uma proliferação destes eventos no país, como corrobora Flávia Denise Pires de Magalhães (2018, 2021) a respeito das feiras em Belo Horizonte desde 2010. Embora a realização de tais eventos configure uma tendência na produção cultural, o mapeamento de edições torna-se complexo, uma vez que, assim como as publicações independentes, ocorrem fora do circuito convencional mercadológico (Lalli; Schöndube, 2012a; Muniz Jr., 2019). Ou seja, são iniciativas não registradas em mecanismos oficiais.

Nesta perspectiva, objetivamos, neste texto, apresentar um mapeamento das feiras de artes impressas e publicações independentes ocorridas no Brasil entre 2016 e 2019. O recorte se justifica para preservar a memória destes eventos, pois devido à pandemia de Covid-19 boa parte das feiras foi cancelada ou migrou para ações online durante os anos de 2020 e 2021. Empiricamente verificamos, inclusive, que algumas destas iniciativas ainda não tiveram retomada até o presente momento em 2023, como é o caso da Feira Retina e Parada Gráfica, apontadas por Roncolato (2019) como duas precursoras na região Sul do país.

Indicações metodológicas

Para realização deste mapeamento, contamos com análise documental de uma planilha colaborativa mantida por profissionais da área independente e frequentadores de feiras, disponibilizada em um grupo público no *Facebook* chamado “*Calendário de feiras independentes e artes impressas*”. Em um *post* fixo, uma moderadora indica as diretrizes de uso e quais tipos de eventos se encaixam no objetivo do grupo. Qualquer

peessoa pode adicionar informações sobre as feiras na planilha, que é aberta para edição, e reforça os sentidos de colaboração e coletividade presentes no universo das publicações independentes e artes gráficas. À data de coleta da planilha, em meados de 2020, notamos que algumas informações sobre as feiras no período concomitante à adoção de medidas sanitárias de distanciamento social devido à Covid-19, que acarretou no cancelamento das feiras presenciais, encontravam-se imprecisas e a verificação dos dados impossibilitados pela exclusão de páginas e perfis de algumas feiras nas redes sociais digitais. Devido a este fator, optamos por concentrar os esforços no mapeamento pré-pandêmico, isto é, entre os anos de 2016 e 2019.

Em respeito à vigilância epistemológica e ao plano operacional da investigação (Lopes, 2010), na construção do corpus de análise, buscamos verificar links, redes sociais digitais e sites de notícias para confirmar ou corrigir as informações disponíveis na planilha, além de acrescentar outras que julgamos apropriadas, como o número de expositores das feiras, quando localizados. Optamos, igualmente, por manter em nosso escopo de análise apenas os eventos que se associavam ao campo das publicações independentes, excluindo, portanto, as feiras voltadas apenas às artes visuais ou à fotografia, dentre outras manifestações artísticas, sem espaço para a comercialização ou exibição de publicações, especialmente, de livros e outros produtos editoriais como zines ou revistas. Como o mapeamento tem por base a planilha disponibilizada no grupo do *Facebook*, reconhecemos como limitação deste artigo a possibilidade de existência de outros eventos não listados. Reconhecemos também que a mesma planilha foi utilizada no levantamento realizado por Melodi Ferrari (2020), o qual faz um recorte sobre as feiras que realizaram edições de junho de 2016 a junho de 2020, com vistas a pensar o mercado da arte impressa. Nisto, apontamos que podem ocorrer algumas divergências entre os mapeamentos, tanto pelo período de recorte de cada um, quanto pela vertente de nossa investigação ser direcionada às publicações independentes e as de Ferrari (2020) à arte impressa como um todo.

Os dados coletados, depois de verificados, foram organizados e tratados com o auxílio das ferramentas *Planilhas Google* e *Google Data Studio*, as quais permitiram compilar, comparar, cruzar e explorar as informações através de diretrizes de visualização de dados. Assim, produzimos tabelas, gráficos e mapas que nos permitem compreender um pouco melhor o movimento das feiras.

Mapa das feiras

As feiras de publicações independentes, genericamente nomeadas como feiras de artes gráficas ou feiras de artes impressas, são eventos que dialogam tanto com o mercado editorial com as práticas de produção independente, incluindo a autopublicação, pequenas e médias editoras, quanto com as questões do mercado da arte. Neste texto, não iremos nos ater ao detalhamento de cada um destes tópicos, mas buscar explorar, ainda que de forma inicial, as configurações destes eventos em cenário brasileiro, dada a importância que as feiras têm assumido no circuito da economia criativa nas cidades.

Embora a nomenclatura para estas feiras seja um tanto abrangente, “artes gráficas”, “artes impressas” e “publicações independentes” conjugam relações de proximidade pela materialidade e pelo valor simbólico. Assim,

A arte impressa não possui uma definição simples, pode abranger diversas técnicas artísticas como a publicação de artista, o livro de artista, a fotografia, o fotolivro, a gravura, a impressão, a colagem, etc. Ou seja, seu suporte é normalmente o papel e uma característica fundamental é sua possibilidade de ser múltipla, seriada, isso faz com que seu valor de venda normalmente seja mais acessível e sua produção de baixo custo, facilitando a circulação (Ferrari, 2020, p.111).

Neste sentido, as feiras permitem a comercialização, exposição e construção de uma afinidade em torno do objeto impresso. Logo, “tornaram-se o *locus* privilegiado para a observação de práticas e materialidades simbólicas articuladas em torno do papel (ainda que não exclusivamente) e das diferentes técnicas de impressão” (Muniz Jr., 2019, p.109).

Ricardo Rodrigues (2019, p.71), por sua vez, ao relatar sua experiência como autopublicador independente afirma que “as feiras gráficas continuam sendo excelentes espaços para a reflexão do mercado, a comercialização e troca de produtos e o crescer do segmento independente”. Magalhães também reforça o papel das feiras para a publicação independente, “Com mesas de exposição a preços baixos ou simbólicos, elas constituem um raro momento em que a produção independente é tornada visível para aqueles não iniciados no campo” (2021, p.154).

Thompson (2013), Lalli e Schöndube (2012a,b) indicam que a denegação ao lucro em razão à qualidade cultural e criativa das obras é ponto chave de diferenciação reforçado por pequenos editores, em especial, os independentes. De tal forma, *“los editores jóvenes están convencidos de que su propuesta llena espacios no atendidos, nichos que desdeñan las grandes editoriales, despreocupadas por la construcción de catálogos de calidad a largo plazo, aguijo neadas por la necesidad de obtener márgenes de ganancia crecientes”* (Lalli; Schöndube, 2012b, p.69). Ainda sobre essa articulação entre arte e comércio, Ferrari (2020, p.109), afirma que as feiras podem ser compreendidas “como uma reação à crise financeira, onde artistas e agentes do sistema criam seus próprios meios de circulação”, ao que completa, que “mais do que a obtenção de lucro, os artistas participam pelas trocas entre os seus pares e os públicos que frequentam as feiras de arte impressa.”

Para além de apenas a comercialização das publicações e demais artes, as feiras são eventos que buscam explorar modalidades de atividades culturais como workshops, performances e dentre outras, fator que Néstor García Canclini (2017) considera como importante nas relações construídas nas feiras de livro tradicionais, pois para os leitores *“importan las actividades que los involucran en experiencias. Las ferias hacen evidente la importancia de las relaciones individuales con los libros y la pertenencia a comunidades lectoras”* (GARCÍA CANCLINI, 2017, p.18). Essas atividades estimulam uma percepção mais coletiva e de pertencimento dos consumidores, além de formar vínculos entre os próprios expositores, como expõe Rodrigues (2019).

O mapeamento, como descrito anteriormente construído a partir de uma planilha em um grupo no *Facebook*, permitiu identificar e reconhecer 146 diferentes feiras gráficas, as quais totalizaram 281 edições realizadas nos anos de 2016 a 2019 no território nacional, perfazendo iniciativas em 41 cidades e 14 estados brasileiros, incluindo o Distrito Federal. O Gráfico 1, é um mapa de calor, que demonstra o número de eventos em cada uma das regiões do país, o qual já evidencia pela graduação das cores, a maior concentração de feiras nas regiões Sudeste e Sul durante todo o período analisado.

Quando observamos a distribuição dos eventos nas regiões brasileiras ao longo do período, nota-se que as regiões Sudeste (186) e Sul (64) concentram a maioria das edições e, embora haja certa regularidade no número de feiras anuais destas regiões,

chama atenção a contribuição das regiões Norte (1), Nordeste (7) e Centro-Oeste (8) em 2018, as quais somadas chegaram a 16 feiras apenas naquele ano. Índice relevante se considerarmos que somando os outros três anos, ocorreram 15 feiras nestas regiões.

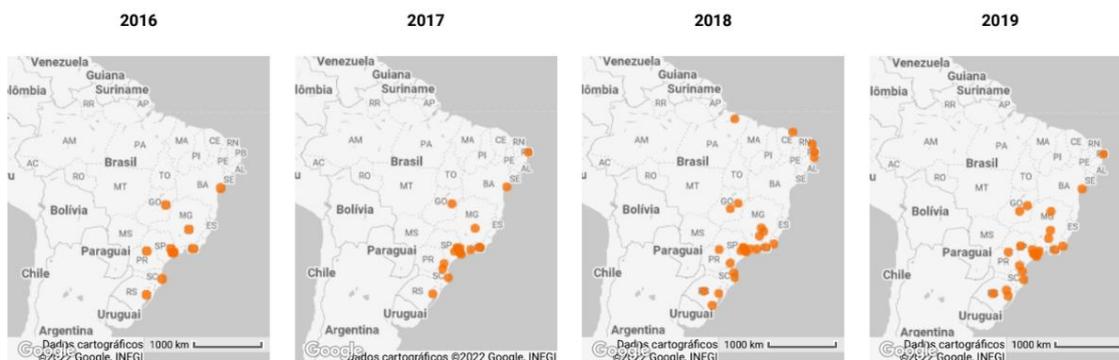
Gráfico 1: Feiras por região no Brasil de 2016 a 2019

Região BR / Total de feiras						
Ano	Sul	Sudeste	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Total geral
2016	3	19	-	1	1	24
2017	12	47	-	4	3	66
2018	27	66	1	7	8	109
2019	22	54	-	2	4	82
Total geral	64	186	1	14	16	281

Fonte: as autoras.

O recorte temporal permite visualizar o aumento do número de feiras no Brasil, em 2016, 24 edições; em 2017, 66 edições; em 2018 chegando a 109; em 2019, 82 feiras. Ao observar o Gráfico 2, o qual ilustra a distribuição das feiras no período, como uma evolução, a diminuição do número de eventos realizados em 2019 em comparação ao ano anterior não deve ser considerado como retração do setor, uma vez que conforme Muniz Jr (2019), parte das iniciativas possui um calendário bienal, ou seja, ocorrem a cada dois anos.

Gráfico 2: Distribuição das Feiras Gráficas no Brasil de 2016 a 2019

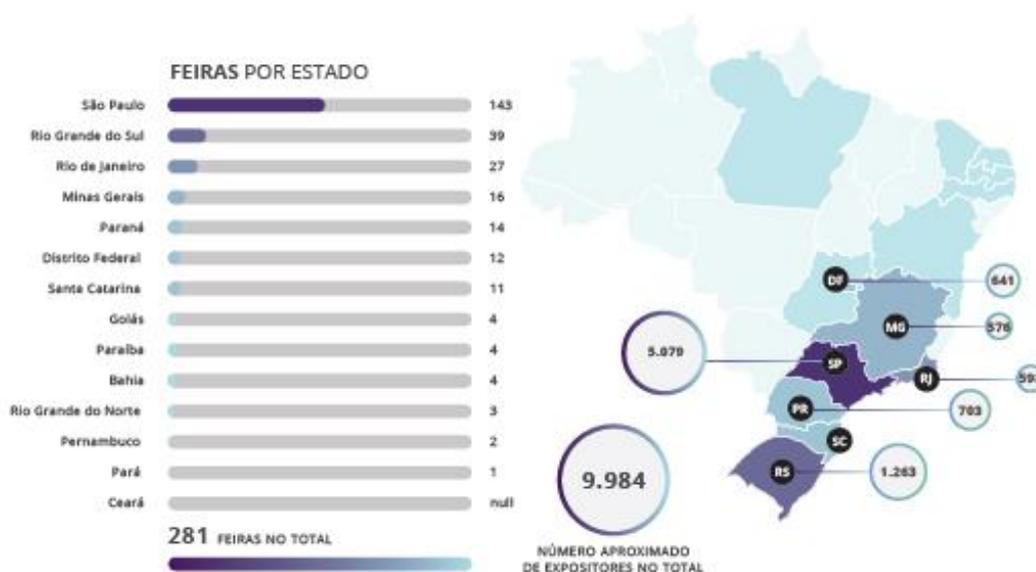


Fonte: as autoras.

No levantamento, as feiras com maior ocorrência de edições foram Papelera - Feira de Arte Gráfica (14); Zine Die (10); Feira Cria (7); Feira Tijuana (7) e Feira Livre Gráfica (7). Reconhecemos também que uma parcela realiza eventos em períodos mais curtos, alguns sendo itinerantes, tais como a Clandestinas Feira Feminina de Publicações Independentes; Fanzinada; Feira Cria; Feira Grampo; Feira Plana; Feira Tijuana; Flamboiã; Motim; ReTina; e Zine Die, as quais iremos analisar em outra oportunidade. Rodrigues (2019, p.72), indica que “apesar do circuito se modificar a cada ano, em que algumas feiras deixam de existir, outras surgem, e também novas ideias aparecem como forma de ocupar espaços e fazer publicações e manifestos circularem”. Tendo isso em vista, e ainda que tenha ocorrido um número menor de feiras entre 2018 e 2019, o número máximo atingido em 2018 (109) e o primeiro registro de números de feiras (24) demonstra evidente aumento de tais iniciativas.

Para compreender a ocorrência das feiras no Brasil, buscamos mapear o número de expositores aproximado em cada edição e realizamos a distribuição conforme o Estado de realização. Novamente, os Estados das regiões Sudeste e Sul figuram entre os 5 com maior número de feiras, conforme demonstramos no Gráfico 3, com a indicação do número de feiras e, no mapa, apontamos os maiores números de expositores verificados somando todo o período analisado.

Gráfico 3: Feiras Gráficas e número de expositores totais



Fonte: as autoras.

O Rio Grande do Sul (39) é o segundo Estado com maior número de feiras, ficando bem distante de São Paulo (143) e com participação superior ao Rio de Janeiro (27), na terceira posição. Na sequência estão Minas Gerais (16) e Paraná (14). A média geral do número de expositores por feira atinge 44, sendo registrado o maior número 234 e o menor, 5 expositores.

É possível verificar que o número de feiras e a relação de participantes se distingue, o que é evidenciado por exemplo, no estado do Paraná, onde embora tenha ocorrido um menor número de feiras (14), o número de expositores (703) se sobrepõe ao RJ que realizou 27 feiras com um total de 598 expositores. Logo, as feiras partem tanto de realizações complexas quanto simples, de grupos mais organizados e de iniciativas pessoais, as quais refletem na duração das feiras, parcerias e infraestrutura necessária para abrigar expositores, produtos e visitantes. Conforme Ferreira (2020, p.112),

as feiras de arte impressa se estabelecem de forma orgânica, através da reunião da comunidade artística de uma determinada região, por iniciativa dos próprios artistas ou de produtores locais. Ou seja, a feira de arte impressa é autônoma, pode ser com financiamento público ou privado e não está vinculada aos interesses de uma instituição ou de seus dirigentes.

Em virtude da dificuldade de recuperar informações precisas sobre o número de expositores de algumas edições das feiras mapeadas, tanto pelo fato deste dado não estar disponível em redes sociais ou não ter sido contemplado em notícias sobre essas feiras na internet, consideramos válido registrar essas variações e assumimos como uma das fragilidades do texto que o número de expositores tende a ser maior.

Em todo caso, ressaltamos, com base em Bitencourt (2022), que as feiras propõem uma lógica de exposição e consumo das publicações em que os próprios produtores, geralmente, são também os expositores e assim o consumidor/leitor tem um contato direto com o autor da obra, podendo dialogar sobre o processo de criação das publicações, intenções, novos projetos, etc., em um espaço de exposição que, muitas vezes, é restrito a uma mesa por artista, segundo Ferreira (2020). Para Rodrigues (2019), o diferencial das feiras está tanto na proximidade com o público, além da programação paralela para atrair mais visitantes, quanto com a troca com demais

expositores, na possibilidade de networking, de modo que “as feiras passaram a representar um modelo de negócio muito promissor” (2019, p.72). As colocações de Rodrigues (2019), Ferreira (2020) e Bitencourt (2022) sobre as relações dos expositores entre si nas feiras, fortalecem a noção de um movimento mais democrático, participativo e moldado na economia de favores (Thompson, 2013).

Considerações finais

Embora a perspectiva de análise por ano, região e Estado seja válida, consideramos que ainda pode mascarar como as feiras de artes gráficas e publicações independentes se fortalecem como movimento. Assim, buscamos formas de visualização de dados que permitissem ir além das fronteiras estaduais e compreender a distribuição local dos eventos mapeados. O resultado mais relevante é a comprovação de que o crescimento das feiras se dá não apenas nas capitais e regiões metropolitanas, mas com o surgimento e, até mesmo, consolidação de eventos no interior, sobretudo nos anos de 2018 e 2019. É notável que apesar da forte presença na região Sudeste do país, as iniciativas distantes das capitais sinalizam o desenvolvimento cultural e nos dão pistas sobre a permeabilidade da economia criativa.

Entretanto, o movimento, que vem crescendo, para além do aspecto criativo e do fomento às práticas colaborativas, sinaliza também a busca por caminhos frente ao precário mercado de trabalho. O mapeamento, embora inicial, traz indícios importantes sobre o mercado editorial e abre perspectiva para análises mais aprofundadas cotejando não apenas a localização, mas os aspectos de itinerância, a permanência e a dissidência das iniciativas, as quais, certamente trazem outro cenário após 2020.

Referências

BITENCOURT, João Vitor da Silva. **Mercadoria e significações**: práticas das editoras independentes no Brasil. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2022.

BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. In: BOURDIEU, Pierre (Org.). **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3. ed. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 17–111.

FERRARI, Mélo. Breve análise do sistema de arte impressa brasileiro. **Revista Estado da Arte**, Uberlândia. v.1, n.2, p.107-117, jul./dez. 2020. <https://doi.org/10.14393/EdA-v1-n2-2020-57318>.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Del Consumo al Acceso: Viejos Y Jóvenes en la Comunicación. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 14, ed. 41, p. 10-30, 2017.

LALLI, Raúl Marcó del Pont; SCHÖNDUBE, Cecilia Vilchis. Editores independientes jóvenes. In: CANCLINI, Néstor Garcia; URTEAGA, Maritza (org.). **Cultura y desarrollo: una visión crítica desde los jóvenes**. 1ª. ed. Buenos Aires: Paidós, 2012a, p. 91-128.

LALLI, Raúl Marcó del Pont; SCHÖNDUBE, Cecilia Vilchis. Antes el futuro también era mucho mejor. Jóvenes editores. In N. García Canclini; F. Cruces; M. U. Castro Pozo (coord.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música**. Barcelona: Editorial Ariel; Madrid: Fundación Telefónica, 2012b, p. 65-89.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MAGALHÃES, Flávia Denise Pires de. **Feiras de publicações independentes: uma análise da emergência desses encontros em Belo Horizonte (2010-2017) e dos eventos Faísca – Mercado Gráfico e Textura (2017-2018)**. 2018. Dissertação (Mestre em Estudos de Linguagens) - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

MAGALHÃES, Flávia Denise Pires de. Impresso em circulação: um histórico das feiras de publicações independentes de Belo Horizonte, Minas Gerais (2010-2017). In Santana, L.; Moreira, R.; Coutinho, S. (Orgs.). **Cartografias da edição independente**. Belo Horizonte: LED, 2021, p.153-174.

MUNIZ JR, José de Souza. Desempenhar um papel, causar uma impressão: vetores sociotécnicos no espaço ampliado da publicação independente. **Sociedade e Estado**. v. 34, n. 1, 2019, p. 107-128.

RODRIGUES, Ricardo. **Autopublicação: uma introdução para quem deseja criar seu próprio projeto editorial**. 2.ed. Canoas: Experimentos Impressos, 2019.

RONCOLATO, Murilo. Livro artesanal. **Caderno Globo**. Ed. 15. São Paulo: Globo Universidade, Julho de 2019, p.108-112.

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura**: o mercado editorial no século XXI. São Paulo: Editora Unesp, 2013.